

**PENGARUH *SOCIAL INFLUENCE* DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET* DANA DENGAN LITERASI
KEUANGAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**SEPTIAN HASANAIN PRATAMA
NIM.2017202150**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H.SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septian Hasanain Pratama

NIM : 2017202150

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Influence* Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 6 Juni 2024

Saya yang menyatakan,



Septian Hasanain Pratama

NIM. 2017202150



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH SOCIAL INFLUENCE DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET DANA DENGAN LITERASI
KEUANGAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (STUDI KASUS
GENERASI Z WILAYAH PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Septian Hasanain Pratama NIM 2017202150** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 20 Juni 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 19780716 200901 2 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.
NIP. 19911224 202012 2 014

Pembimbing/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Purwokerto, 25 Juni 2024

Mengesahkan

Dekan,



H. H. Jamaf Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19620921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokero
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari saudara Septian Hasanain Pratama NIM 2017202150 yang berjudul:

Pengaruh *Social Influence* Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 6 Juni 2024
Pembimbing,



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak

NIP. 19920613 201801 2 001

MOTTO

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan melainkan untuk menguji kekuatan akarnya”

(Ali Bin Abi Thalib)

“sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah :6)



**PENGARUH *SOCIAL INFLUENCE* DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET* DANA DENGAN LITERASI
KEUANGAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto)**

**Septian Hasanain Pratama
2017202150**

Email: septianp142@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat merubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sektor keuangan. Masyarakat mengalami peralihan dalam segala hal dari semula yang memakai cara tradisional sekarang beralih ke digital termasuk bagaimana manusia melakukan pembayaran. Salah satu metode pembayaran yang banyak digunakan adalah *e-wallet*. DANA merupakan salah satu *e-wallet* yang mampu mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan yang ada di Indonesia. Hal ini lah yang menarik mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan penggunaan sehingga *e-wallet* DANA tetap menjadi *brand* yang banyak digunakan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *social influence* dan keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA dengan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling* metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 385 dan menggunakan 2 variabel independen yaitu *social influence* dan keamanan serta satu variabel moderating yaitu literasi keuangan digital. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Sedangkan variabel literasi keuangan digital tidak dapat memperkuat *social influence* dan keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA.

Kata kunci: *Social Influence*, Keamanan, Keputusan Penggunaan, Literasi Keuangan Digital.

**THE INFLUENCE OF SOCIAL INFLUENCE AND SECURITY ON THE
DECISION TO USE E-WALLET DANA WITH DIGITAL FINANCIAL
LITERACY AS A MODERATING VARIABLE
(Case Study Of Generation Z In Purwokerto Region)**

Septian Hasanain Pratama

2017202150

Email: septianp142@gmail.com

*Islamic Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

The rapid development of technology has changed various aspects of human life, including the financial sector. Society has experienced a transition in everything from using traditional methods to digital, including how humans make payments. One method of payment that is widely used is e-wallet. DANA is one of the e-wallets that is able to maintain its existence amidst the competition in Indonesia. This is what is interesting about what factors influence usage decisions so that the DANA e-wallet remains a brand that is widely used in Indonesia. The purpose of this study was to analyze the influence of social influence and security on decisions to use the DANA e-wallet with digital financial literacy as a moderating variable.

This study uses quantitative methods with non-probability sampling techniques purposive sampling method with a sample size of 385 and uses 2 independent variables, namely social influence and security and one moderating variable, namely digital financial literacy. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA).

The results of this study indicate that social influence variables have a positive and significant effect on the decision to use the DANA e-wallet. The security variable has a positive and significant effect on the decision to use the DANA e-wallet. Meanwhile, the digital financial literacy variable cannot strengthen social influence and security on the decision to use the DANA e-wallet.

Keywords: Social Influence, Security, Usage Decision, Digital Financial Literacy.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥ	h	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	s	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	d	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	t	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	z	zet (dengan garis di bawah)
ء ain	ع	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	‘el
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha

ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya’	y	ye

2. **Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.**

عدة	ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. **Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.**

مة	ditulis	Hikmah
ية	ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap kedalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliya’
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لظفر	ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

4. **Vokal pendek**

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. **Vokal Panjang**

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya” mati	Ditulis	a
	تنص	Ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya” mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furûd

6. **Vokal Rangkap**

1.	Fathah + ya” mati	Ditulis	ai
	بينكن	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au

	قول	Ditulis	qaul
--	-----	---------	------

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتن	Ditulis	a''antum
أعدت	Ditulis	u''iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياش	ditulis	al-qiy
--------	---------	--------

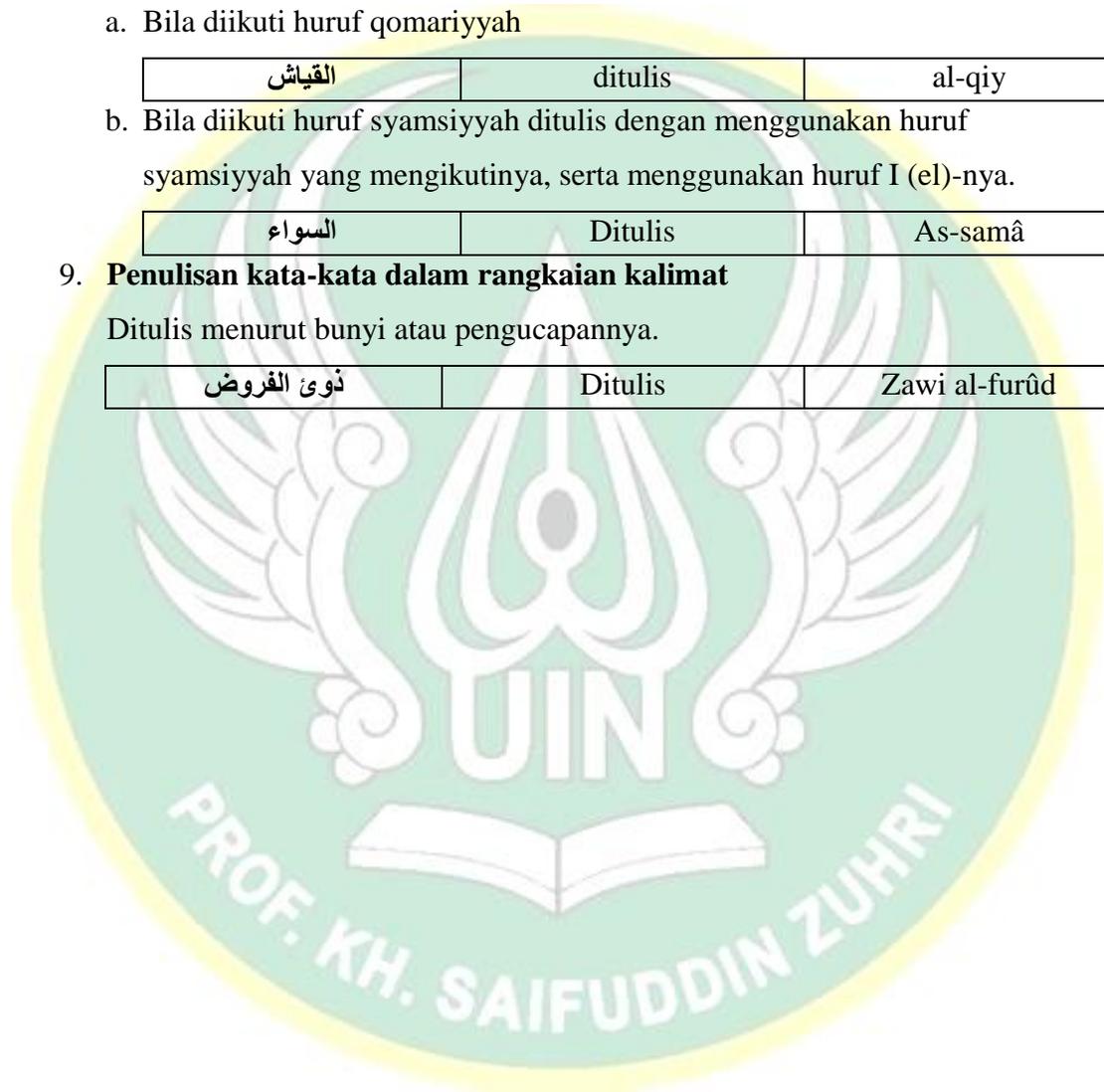
b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السواء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala kenikmatan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa tanggung jawab dan sebaik mungkin. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar, Nabi Muhammad SAW atas syafaat beliau sehingga kehidupan manusia menjadi lebih baik. Dengan mengucap *Alhamdulillah rabbil'alamin* atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul "*Pengaruh Social Influence dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Pemoderasi*"

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak lepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut mensukseskan selesainya skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. H. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S. TP., S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Segenap dosen, staff, tata usaha dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Anjar Sumartono dan Ibu Tri Puji Astuti, yang selalu merawat, mendidik dan mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis, serta dukungan dan doa-doanya yang tidak pernah putus selama ini. Terimakasih banyak semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan perlindungan, kesehatan dan rezeqi yang berlimpah oleh Allah SWT.
14. Saudara sepupu Kiki, Pita dan Jiban yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

15. Untuk teman-teman seperjuangan penulis Teguh, Sunu, nandut, Zandi, Dimas, Damar, Alvin, Uli. Terimakasih telah memberikan warna dan menjadi teman terbaik selama ini.
16. Sahabat kelas kelompok 3 SKB Squad Tri Meliana Rahmatika, Nur Adi Chandrawan, Ida Aprilianti, Yulia Dwi Ratnasari, Nanda Anteng Pangestu terima kasih karena selalu menyemangati, memberi saran disetiap keadaan dalam proses penyusunan skripsi.
17. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah D angkatan 2020, terimakasih atas kebersamaan selama kurang lebih 4 tahun dalam keadaan suka maupun duka.
18. Teman-teman KKN Desa Rawajaya, Dimas, Rizki, Rizka, Ica, Hasna, Ayda, Leli, April, Cahyani. Terimakasih telah kebersamai penulis menyelesaikan proker KKN bersama.
19. Teman-teman PPL, Alfi, Santi, Ismi, Gesy, Sinta, Umi, Winda, terimakasih telah bekerjasama dengan baik dalam menyelesaikan proker PPL.
20. Kepada Naili Karima, yang selalu ada untuk penulis lebih dari siapapun. Terimakasih karena selalu memberikan waktu dan dukungannya dalam semua hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.
21. Teman-teman Creative Entrepreneur Organization (CEO) Periode 2022/2023 terimakasih karena sudah memberikan pengalaman berorganisasi semasa kuliah.
22. Teman-teman SEMA FEBI Periode 2023 yang telah memberikan pengalaman berorganisasi semasa kuliah.
23. Teman-teman IBM FEBI Tahun 2023-2024, terimakasih karena sudah menjadi bagian pengalaman yang sangat berharga dibidang kewirausahaan.
24. Teman-teman Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto periode 2023/2024, terimakasih karena sudah memberikan pengalaman berorganisasi semasa kuliah.

25. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
26. Untuk diri sendiri, terimakasih sudah berjuang sampai di titik ini dan membuktikan bahwa kamu bisa. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan dengan rasa ikhlas menjalani semuanya. Semoga impianmu untuk membahagiakan orang tua dimudahkan dan tercapai, aminnn.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiin

Purwokerto, 6 Juni2024



Septian Hasanain Pratama

NIM.2017202150

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Teori	12
a. Technology Acceptance Model (TAM)	12
b. Teori Pembelajaran Sosial (<i>Social Learning Theory</i>)	14
c. Social Influence	15
d. Keamanan	16
e. Literasi Keuangan Digital	18
f. Keputusan Penggunaan	19
g. Dompot digital (<i>E-Wallet</i>)	21
B. Kajian Pustaka.....	21
C. Landasan Teologis	29
D. Kerangka Pemikiran.....	31
E. Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	36

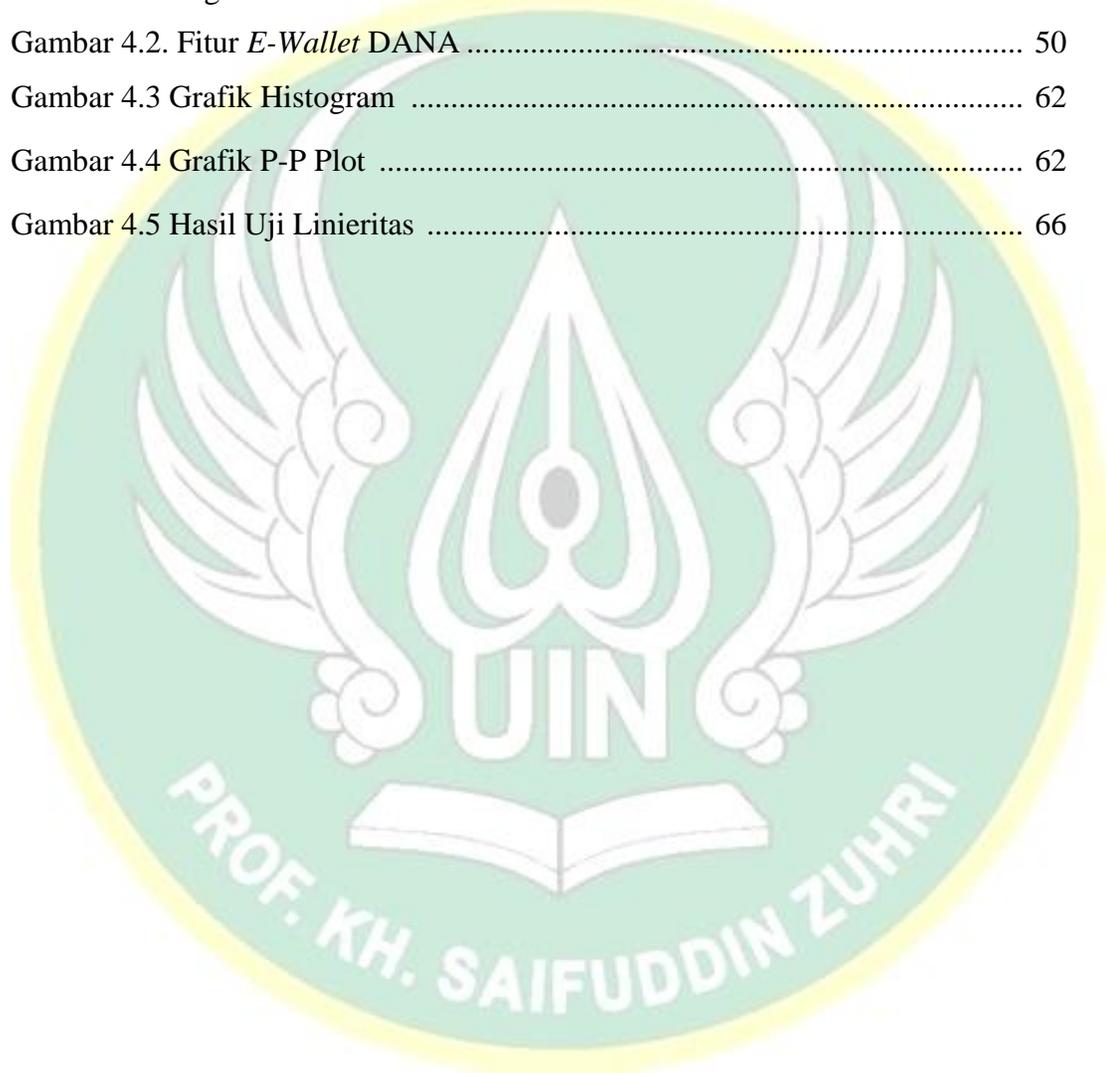
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Tempat dan Waktu Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel Penelitian	36
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Sumber Data.....	40
G. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
C. <i>Statistic Descriptive</i> Tanggapan Responden.....	56
D. Hasil Penelitian	59
E. Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V PENUTUP.....	80
A. Simpulan	80
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
Lampiran-Lampiran.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka	25
Tabel 3.1 Tabel Indikator Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan umur	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Domisili	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden variabel <i>Social Influence</i>	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden variabel Keamanan.....	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden variabel Literasi Keuangan Digital.....	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden variabel Keputusan Penggunaan.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji f	68
Tabel 4.16 Hasil uji R2 (Koefisien Determinasi).....	68
Tabel 4.17 Hasil uji Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Model 2 <i>Social Influence</i>	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Model 3 <i>Social Influence</i>	71
Tabel 4.20 Hasil Uji Model 2 Keamanan.....	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Model 3 Keamanan.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode pembayaran yang diminati	3
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran penelitian	32
Gambar 4.1 Logo <i>E-Wallet</i> DANA	49
Gambar 4.2. Fitur <i>E-Wallet</i> DANA	50
Gambar 4.3 Grafik Histogram	62
Gambar 4.4 Grafik P-P Plot	62
Gambar 4.5 Hasil Uji Linieritas	66



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada era sekarang ini sangat berkembang dengan cepat, terutama semenjak munculnya era revolusi industri 4.0. Dengan pesatnya pertumbuhan teknologi menyebabkan perubahan dalam tatanan kehidupan baik dalam bidang sosial maupun ekonomi. Penggunaan internet secara global telah menjadi faktor utama dalam pemanfaatan teknologi. Saat ini, lebih dari 64% masyarakat Indonesia sudah terhubung dengan koneksi internet (Budiman, 2020). Digitalisasi telah menjadi faktor terpenting dalam evolusi teknologi dan informasi. Aplikasi yang berjalan pada platform Android dan *IOS* menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Arus digitalisasi juga mempengaruhi sektor ekonomi dan keuangan (Umiyati et al., 2021). Dalam kegiatan perekonomian, keberadaan jaringan internet dimanfaatkan untuk memudahkan pembayaran suatu transaksi tertentu (Utami, 2019).

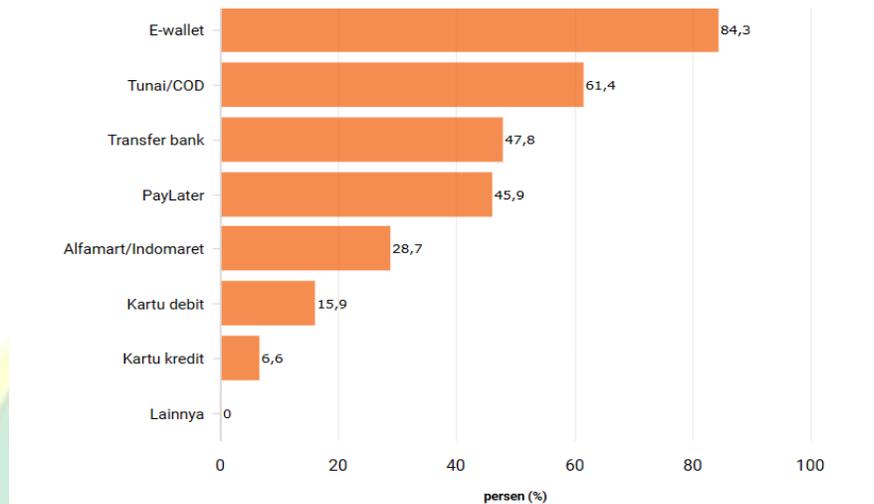
Sesuai Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (PBI PTP) disebutkan bahwa kemajuan teknologi dan sistem informasi telah melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *FinTech* (*financial technology*) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat umum, termasuk di bidang sistem perbankan. *Fintech* dapat dimanfaatkan untuk menciptakan proses perbankan yang lebih praktis, aman, efisien, dan modern (Bank Indonesia, 2016).

Hadirnya *Financial Technology* (*Fintech*) menjadikan layanan perbankan lebih ramah pengguna dan efisien. Saat ini, kemajuan *fintech* telah menghadirkan terobosan baru dalam mempercepat pengembangan aplikasi layanan keuangan yang inovatif, seperti alat pembayaran, alat pinjaman, layanan pengiriman uang dan lain-lain (Sugiarti et al., 2019). *Fintech* didefinisikan sebagai salah satu bisnis yang menawarkan layanan keuangan modern berbasis perangkat lunak dan teknologi.

Fintech memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran finansial dan memudahkan masyarakat umum dalam mengakses produk keuangan tertentu yang memudahkan transaksi (Aziz, 2020). Dampak teknologi digital terhadap keuangan terlihat pada perkembangan *financial technology* atau *fintech* yang menjadikan *E-Wallet* sebagai salah satu produknya yang merupakan terobosan baru di bidang teknologi keuangan. *E-wallet* diklasifikasikan sebagai jenis *e-commerce* baru yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi, melakukan pemesanan, belanja online dan bertukar layanan yang tersedia (Sharma et al., 2017).

Masyarakat saat ini sudah tidak asing lagi dengan dompet elektronik (*E-Wallet*) untuk melakukan pembayaran, dan secara bertahap menggantikan transaksi tradisional yang sebelumnya transaksi antar muka dan sekarang beralih dalam melakukan pembayaran dengan menggunakan media digital yang lebih praktis (Utami, 2019). Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi yang semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas perekonomian, khususnya aktivitas finansial seperti penggunaan dompet elektronik (*E-Wallet*) (Utami, 2019). *E-wallet* disebut juga dompet digital adalah dompet elektronik yang digunakan dalam bentuk aplikasi pada ponsel pintar yang terhubung ke server. Hal ini memungkinkan pengguna atau pemilik *e-wallet* untuk menyimpan sejumlah uang tertentu agar dapat digunakan dalam kondisi apapun dan selama proses pembayaran (Rembulan & Firmansyah, 2020).

Gambar 1.1
Metode pembayaran yang diminati



Sumber: *E-Wallet*, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online (katadata.co.id) (diakses 14 November 2023)

Menurut survei yang dilakukan oleh databoks pada maret 2023 terhadap 9.239 responden yang tersebar di seluruh Indonesia mengenai proporsi pemilihan metode pembayaran digital yang digunakan. Hasilnya yaitu pembayaran menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran yang paling banyak di pilih yaitu mencapai 84,3% responden. Lalu pembayaran tunai atau *cash on delivery (cod)* sebanyak 61,4%. Adapun transfer bank atau *virtual account* sebanyak 47,8%. Kemudian *paylater* menyusul dengan presentase sebanyak 45,9%. Dominasi *e-wallet* atau dompet digital dalam metode pembayaran di aplikasi digital menunjukkan bahwa masyarakat semakin beralih ke metode pembayaran digital. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya penetrasi internet dan smartphone, serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi (Databoks, 2023).

Keinginan masyarakat terhadap aplikasi *e-wallet* semakin meningkat seiring dengan semakin berkembangnya kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet*. Hal ini karena individu kini dapat memilih produk mana

yang mereka anggap lebih praktis (Silalahi et al., 2022). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Populix pada Juli 2022 terhadap 1000 responden berusia 18 hingga 55 tahun di beberapa kota besar Indonesia, terdapat lima aplikasi *e-wallet* yang diminati dan disukai masyarakat Indonesia. Diantaranya adalah Go Pay yang memiliki tingkat penggunaan tertinggi sebesar 88%, diikuti oleh DANA sebesar 83%, OVO sebesar 79%, ShopeePay sebesar 76%, dan LinkAja sebesar 30% (Populix, 2022).

Dalam penelitian ini platform yang dipilih adalah *e-wallet* (DANA). Aplikasi *e-wallet* DANA pertama kali dirilis pada 5 Desember 2018, dan didirikan oleh Elang Sejahtera Mandiri, yang termasuk anak usahanya PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) dan *Ant Financial*. Aplikasi *e-wallet* DANA dirancang untuk mengubah uang kertas menjadi bentuk digital dan digunakan dalam berbagai transaksi (Kesuma & Nurbaiti, 2023). Dilansir dari Liputan6.com bahwa *e-wallet* DANA mencatat pertumbuhan pesat untuk pengguna yang terdaftar dan transaksi pada tahun 2022. Layanan keuangan DANA sudah mencapai lebih dari 135 juta pengguna dibanding tahun 2021 yaitu sebanyak 93 juta pengguna, *e-wallet* DANA terus mengembangkan kualitas layanan mereka. Salah satu yang paling inovatif adalah *cross-border* (Liputan6, 2023).

Diresmikannya implementasi transaksi pembayaran *QR Code* lintas negara oleh Bank Indonesia dan Bank of Thailand pada 29 Agustus 2022 dimana masyarakat Indonesia dan Thailand dapat melakukan transaksi pembayaran menggunakan *Thai QR Codes* dan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*). Dengan QRIS antarnegara, masyarakat tidak perlu lagi mengkonversi atau menukarkan mata uang saat berbelanja di negara lain. Cukup dengan memindai kode QR, otomatis jumlah uang akan terkonversi. Hal ini membuat DANA tidak kehilangan kesempatan untuk memperluas jangkauan layanannya. DANA sebagai salah satu dari 76 penyedia jasa sistem pembayaran dari kedua negara yang termasuk dalam kerja sama tersebut (Tirto.id, 2022). Hal inilah yang

membuat *e-wallet* DANA menjadi *platform* dompet digital yang terus mengalami perkembangan paling pesat diantara *platform* dompet digital yang lain.

Berkembangnya sistem pembayaran saat ini mengharuskan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi secara efektif seperti menggunakan uang elektronik. Islam adalah agama yang sangat menjunjung tinggi ilmu pengetahuan. Dalam transaksi menggunakan uang elektronik timbul akad-akad yang lainnya antara pemilik nilai uang elektronik dengan penerbit atau agen layanan keuangan digital yang bekerja sama dengan penerbit yang menerbitkan nilai uang elektronik namun tergantung bagaimana alur transaksinya. Terkait hal ini, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia sedang dalam proses resmi merumuskan Fatwa terkait uang elektronik, dengan syarat-syarat yang tidak bertentangan dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Menurut pernyataan K.H Asrorum Niam selaku sekretaris Komisi Fatwa MUI, dalam perbincangan pada 20 September 2017, dibahaslah *top up* uang elektronik serta aspek lainnya. Hasil dari diskusi ini adalah lahirnya Fatwa DSN-MUI Nomor 116 DSN-MUI/IX/2017 mengenai Prinsip Syariah pada Produk Uang Elektronik (*e-money*).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori tentang perilaku yang pertama kali dikembangkan oleh Davis tahun 1986 dalam penelitian disertasinya. TAM digunakan untuk mengukur mengapa sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*beliefs*) konsumen dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menerima atau menolak produk sistem informasi (Indrawati et al., 2017). Teori TAM dapat digunakan dalam melakukan pendekatan terkait penggunaan *e-wallet* DANA. Tingkat penggunaan *e-wallet* DANA dapat diukur dengan menggunakan teori TAM, karena teori TAM merupakan teori yang mengukur penerimaan terhadap perkembangan teknologi. Dalam hal ini TAM digunakan untuk mengetahui reaksi dan persepsi pengguna terhadap penerapan teknologi penggunaan *e-wallet* DANA yang nantinya dapat mempengaruhi pengguna terhadap penerimaan penggunaan teori tersebut.

Keputusan penggunaan adalah proses memutuskan produk atau layanan mana yang akan digunakan. Kuheba et al (2020) menyatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan kegiatan dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Hayati et al (2021) keputusan merupakan sebuah proses dalam menentukan alternatif solusi dari berbagai solusi yang dirumuskan. Saat memutuskan menggunakan *e-wallet* DANA, konsumen dapat memilih apakah akan menggunakan teknologi ini atau tidak.

Faktor *social influence* merupakan faktor yang dapat mendorong seseorang dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan *e-wallet*. Permana & Parasari (2019) *Social influence* atau pengaruh sosial dapat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang menganggap orang di sekelilingnya sebagai keluarga atau teman yang mengajak seseorang untuk menggunakan atau mencoba sesuatu hal yang baru. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Azzahra & Supriyadi (2022) menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Ini berarti semakin besar pengaruh sosial yang muncul, maka semakin besar pula seseorang menggunakan aplikasi pembayaran digital. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Khoirun Nisa & Aslamatis Solekah (2022) yang menunjukkan bahwa variabel *social influence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*.

Perkembangan teknologi yang semakin cepat memunculkan berbagai bentuk ancaman baru. Ancaman kini dapat terjadi di dunia virtual atau biasa dengan istilah *cyber*. Dianta & Zusrony (2019) internet merupakan kejahatan yang dilakukan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab hal tersebut selain merugikan pribadi juga mengganggu *national security*. Transaksi keuangan digital yang semakin mudah dan praktis perlu diimbangi dengan pemahaman akan adanya keamanan data pribadi. Upaya perlindungan data pribadi nasabah merupakan prioritas utama lembaga perbankan yang harus dijaga. Keamanan merupakan upaya yang diberikan lembaga perbankan guna menjamin rasa aman dan rasa

percaya nasabah yang menipiskan dananya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati et al (2020) memberikan hasil bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Dompot Digital. Keputusan pelanggan menggunakan *e-wallet* karena ingin mendapatkan keamanan dalam transaksi pembayaran. Masyarakat akan merasa aman dan tenang saat menggunakan *e-wallet* karena risiko dapat diminimalisir dengan pembayaran tunai dan juga pembayaran digital tidak terhalang jarak dan waktu. Namun hal ini berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati & Kowanda (2022) menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Literasi keuangan digital menjadi salah satu faktor yang dianggap memperkuat keputusan seseorang dalam menggunakan *e-wallet*. Thohari & Hakim (2021) Literasi keuangan dianggap sebagai pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen keuangan dimana hal tersebut sangat penting dalam memberikan sebuah keputusan keuangan yang tepat. Seiring dengan canggihnya teknologi, tidak hanya literasi keuangan yang di perlukan individu tetapi harus juga memahami literasi keuangan digital. Prasad et al (2018) literasi keuangan digital yaitu kesadaran dan tingkat penggunaan produk dan layanan keuangan terkait dengan platform digital. Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan masyarakat Indonesia megalami kenaikan sebesar 49,68% dibanding 2019 yang hanya 38,03% (OJK, 2022). *Organization for Economic Coperation and Developmen* (OECD) mengemukakan bahwa literasi keuangan digital dapat mempengaruhi perilaku keuangan karena layanan keuangan digital dapat meningkatkan beberapa aspek seperti lamanya waktu transaksi, varian layanan dan transaksi bermanfaat lainnya (OECD, 2021). Pradini & Susanti (2021) menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan seseorang akan berdampak pada permasalahan keuangan. Literasi keuangan diperlukan untuk membuat keputusan keuangan sehingga kesejahteraan akan tercapai.

Penelitian yang dilakukan Endrica & Sari (2021) yang menyatakan bahwa hasil variabel Literasi Keuangan Digital memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Ini berarti apabila semakin besar literasi keuangan digital yang dimiliki seseorang maka semakin kuat pula pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Dengan begitu meningkatkan literasi keuangan digital akan menimbulkan sikap yang baik dalam mengelola keuangan. Hal ini berbeda dengan penelitian Pradini & Susanti (2021) dimana literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan tidak memberikan kontribusi terhadap penggunaan *mobile banking*. Pemahaman literasi yang meningkat juga belum tentu meningkatkan seseorang dalam keputusan penggunaan.

Untuk objek penelitian, peneliti menggunakan objek yaitu generasi Z, pengambilan objek penelitian didasarkan pada Pham (2021) bahwa meski usianya masih muda namun generasi Z memiliki kesadaran dan pengalaman yang tinggi dalam menggunakan *e-wallet*. Saat ini pemasar menjadikan generasi Z, kelahiran dari tahun 1995 sampai dengan 2010 sebagai pangsa pasar online yang sangat potensial karena dianggap layak untuk menentukan pilihannya sendiri (Andrea et al., 2016). Layanan yang ada pada *fintech payment* menjadi solusi bagi generasi Z yang memiliki karakteristik fleksibel, menggemari teknologi dan serba digital. Generasi Z lahir ketika banyak teknologi baru ditemukan dan dikembangkan. Terlahir ketika zaman teknologi sedang berkembang sangat pesat, generasi Z menjadi bergantung pada segala sesuatu yang memiliki hubungan teknologi, contohnya generasi Z sangat terbiasa dengan smartphone dan internet dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Generasi Z sangat familiar dengan internet dan berfikir bahwa internet adalah media yang sangat penting karena mereka tumbuh bersama internet, menggunakan internet setiap hari dan generasi Z menggunakan internet paling lama di banding generasi lain. Salah satunya pada pembelian secara online oleh

konsumen generasi Z dianggap lebih mudah dan cepat (Andrea et al., 2016). Salah satu yang saat ini sangat tertarik dengan sistem teknologi adalah kalangan masyarakat generasi Z yang kebanyakan saat ini ada di bangku perkuliahan. Salah satu kota yang didominasi oleh generasi Z yaitu kota Purwokerto, Kota yang mempunyai 10 Universitas sehingga banyak mahasiswa yang merupakan generasi Z memungkinkan dalam menggunakan *e-wallet*. Dilansir dari media katadata.co.id (2022), Lavinda mengatakan bahwa sebanyak 68% mayoritas generasi Z menggunakan *e-wallet* ketika bertransaksi dan sisanya menggunakan ATM Bank ketika melakukan transaksi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang telah dilakukan kepada beberapa generasi Z yang ada di Purwokerto pada tanggal 12 November 2023, dari 6 orang pengguna *e-wallet* yang diwawancarai, 5 orang memilih DANA sebagai platform dompet digital yang mereka gunakan. Mereka merasakan banyak sekali hal yang didapat ketika menggunakan *e-wallet* DANA, fitur yang diberikan ketika menggunakan DANA salah satunya mudah digunakan. Dapat mentransfer uang ke sesama pengguna DANA dan dapat mentransfer uang ke berbagai jenis bank yang sudah bekerja sama dengan pihak DANA, bahkan memberikan gratis biaya administrasi atau potongan. Selain bisa digunakan untuk transfer, fitur lain yang diberikan *e-wallet* DANA bisa untuk pembayaran *e-commerce* lazada dan untuk pembelian pulsa maupun token listrik lebih murah daripada dompet digital lainnya. Banyak promo dan diskon yang diberikan serta keamanan yang terjamin. Hal tersebut membuat generasi Z tertarik menggunakan *e-wallet* DANA. Rata-rata generasi Z yang diwawancarai sudah menggunakan DANA selama satu tahun dan mereka mengetahui aplikasi DANA dari internet, iklan di media sosial, ada rekomendasi teman dan keluarganya.

Pemahaman generasi Z mengenai *social influence* diikuti dengan keamanan dan pengetahuan literasi keuangan digital tentu akan memberikan pengaruh pada keputusan individu dalam menggunakan *e-wallet* DANA. Berlandaskan landasan teori, fenomena dan kesenjangan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) serta

mengasumsikan pada kondisi yang sebenarnya menjadikan peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Pengaruh *Social Influence* dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA Dengan Literasi Keuangan Digital sebagai Variabel Pemoderasi**” penelitian ini memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya yaitu dengan menambahkan variabel literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, diidentifikasi terdapat beberapa masalah yang di bahas dalam proposal skripsi yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA pada generasi Z di Purwokerto?
2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA pada generasi Z di Purwokerto?
3. Apakah literasi keuangan digital memoderasi pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA pada generasi Z di Purwokerto?
4. Apakah literasi keuangan digital memoderasi pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA pada generasi Z di Purwokerto?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini dapat dicapai, yaitu:
 1. Untuk mengetahui pengaruh positif *social influence* terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA pada generasi Z di Purwokerto.
 2. Untuk mengetahui pengaruh positif keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA pada generasi Z di Purwokerto.
 3. Untuk mengetahui literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan *social influence* terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA pada generasi Z di Purwokerto.

4. Untuk mengetahui literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA pada generasi Z di Purwokerto.
2. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :
 - a. Manfaat Praktik
 1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat membantu penulis dalam menambah pemahaman dan ilmu pengetahuan tentang bagaimana pengaruh *social influence* dan kemananan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA dengan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi. Serta sebagai bentuk pengaplikasian teori-teori penulis selama perkuliahan.
 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan bagi perusahaan penerbitan dompet digital (*e-wallet*) DANA untuk melakukan pengembangan pada aplikasi agar lebih memberikan kepuasan terhadap pengguna jasanya.
 3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi untuk dipakai dan dijadikan sumber referensi dan rujukan dalam menunjang penelitian yang sejenis.
 - b. Manfaat Teoritis
 1. Sebagai bahan masukan bagi kalangan akademisi, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk selanjutnya dipelajari, dan dilakukan penelitian lebih lanjut.
 2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan sehingga menjadi bahan referensi atau rujukan pada penelitian berikutnya dengan fokus penelitian yang sama.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

a. Technology Acceptance Model (TAM)

1. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori tentang perilaku yang pertama kali dikembangkan oleh Davis 1986 dalam penelitian disertasinya. TAM digunakan untuk mengukur mengapa sikap (*Attitude*) dan kepercayaan (*Beliefs*) konsumen dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menerima atau menolak produk sistem informasi. Dalam TAM, terdapat dua determinan utama yang digunakan sebagai dasar hubungan terkait penggunaan sistem, yaitu *Perceived Usefulness* (sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan performasinya atau bermanfaat) dan *Perceived Ease of Use* (sejauh mana seseorang menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah) (Indrawati et al., 2017).

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah suatu kerangka kerja dalam bidang teknologi informasi yang secara luas digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu menerima dan mengadopsi penggunaan sistem teknologi informasi. Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi informasi. Teori TAM digunakan untuk memahami faktor-faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. Dalam TAM, faktor-faktor tersebut termasuk *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *social influence* (pengaruh sosial), *trust* (kepercayaan), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), *subjective norm* (norma subjektif), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *price value*

(nilai harga) (Wicaksono, 2022). Dalam penelitian ini TAM menjelaskan cara penggunaan teknologi keuangan *e-wallet* dalam aktivitas sehari-hari, serta menjelaskan hubungan sebab-akibat antara kenyamanan pengguna, kebutuhan, serta adopsi teknologi dan sistem tertentu. (Mustofa et al., 2021).

2. Pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM)

TAM telah banyak mengalami modifikasi, termasuk salah satunya yang dikenal sebagai TAM2. Namun, beberapa peneliti telah melakukan modifikasi tambahan dengan menambahkan variabel tertentu ke dalam model TAM untuk memprediksi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi. Mengingat meningkatnya popularitas sistem pembayaran digital seperti *e-wallet*, perlu untuk melakukan pengujian modifikasi model TAM dengan memasukkan variabel *trust* (kepercayaan) dan *perceived security* (keamanan) ke dalamnya. (Marey & Purwanto, 2020).

Dalam model TAM ini terdapat variabel eksternal yang dipilih dalam penelitian ini yaitu keamanan dan literasi keuangan digital. Literasi keuangan digital atau (*digital financial literacy*) menggabungkan konsep literasi keuangan dengan platform digital. Literasi keuangan meliputi sikap dan perilaku individu terhadap produk dan layanan keuangan, serta pemahaman dan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi. Platform digital mencakup berbagai elemen seperti perangkat lunak dan keras yang menggunakan teknologi komputer dan internet. Literasi keuangan digital merujuk pada pemahaman seseorang tentang produk dan layanan keuangan dalam era digital, termasuk proses pembelian, pembayaran, dan penggunaan sistem perbankan online. Beberapa peneliti mencoba mengembangkan model TAM dengan menambahkan beberapa Variabel eksternal, dapat diganti dan disesuaikan dengan obyek dan topik penelitian. Dari berbagai hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan

model TAM contohnya adalah: kompleksitas, kepercayaan, efikasi diri, faktor sosial, jaminan layanan, kualitas koneksi internet, dan lain sebagainya (Fatmawati, 2015).

b. Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*)

Teori pembelajaran sosial adalah perkembangan dari teori belajar perilaku tradisional, yang juga dikenal sebagai behavioristik, dan dikembangkan oleh Albert Bandura pada tahun 1986. Meskipun teori ini mendasarkan diri pada prinsip-prinsip dasar teori-teori belajar perilaku, namun fokus utamanya adalah pada pengaruh isyarat pada perilaku dan proses-proses mental internal. Salah satu asumsi dasar dari teori ini adalah bahwa manusia memiliki fleksibilitas yang cukup untuk belajar perilaku baru. Bandura juga menekankan pentingnya pengalaman melalui observasi, di mana manusia dapat belajar banyak hal dari mengamati perilaku orang lain, selain dari pengalaman langsung mereka sendiri.

Teori belajar sosial adalah pembelajaran yang terjadi ketika seseorang mengamati dan meniru perilaku orang lain. Dengan kata lain, informasi diperoleh dengan memerhatikan kejadian-kejadian dalam lingkungan. Melalui eksperimen terkenalnya dengan boneka Bobo, Bandura memperlihatkan bagaimana pembelajaran sosial bisa terjadi bahkan ketika individu hanya mengamati model yang tidak mendapatkan penguatan atau hukuman. Dalam percobaan tersebut, anak-anak meniru perilaku agresif yang mereka lihat dari orang dewasa di sekitar mereka. Eksperimen ini juga menyoroti perbedaan antara pembelajaran dan kinerja.

Dalam teori belajar sosial Albert Bandura, terdapat konsep penting yang disebut sebagai determinisme timbal balik (*reciprocal determinism*). Konsep ini menggambarkan bahwa masukan sensoris yang diterima individu tidak hanya menghasilkan perilaku secara otomatis, tetapi juga dipengaruhi oleh kontribusi manusia secara sadar. Model determinisme pembelajaran resiprokal Bandura mencakup tiga faktor utama: individu/kognisi, perilaku, dan lingkungannya (Andrian, 2012).

Inti dari *reciprocal determinism* adalah bahwa manusia mengolah informasi dari model dan membentuk rangkaian gambaran simbolis perilaku melalui pembelajaran pengalaman, yang kemudian disesuaikan dengan kebutuhan individu. Ketiga faktor yang saling berhubungan ini tidak perlu memiliki kekuatan yang sama atau kontribusi yang setara. Potensi relatif dari masing-masing faktor ini bervariasi tergantung pada karakter dan konteks individu. Pada beberapa kesempatan, perilaku mungkin memiliki pengaruh yang dominan, sementara pada lainnya lingkungan dapat menjadi faktor yang lebih berpengaruh. Meskipun perilaku dan lingkungan kadang-kadang menjadi kontributor utama terhadap kinerja, namun kepribadian (kognisi) cenderung memiliki pengaruh yang paling kuat. Kognisi memengaruhi perilaku dan sebaliknya, perilaku memengaruhi kognisi. Lingkungan memengaruhi perilaku, dan perilaku memengaruhi lingkungan. Kognisi juga memengaruhi lingkungan, dan sebaliknya (Lesilolo, 2019).

c. *Social Influence*

Pengaruh sosial adalah bagaimana interaksi dalam jaringan sosial memengaruhi perilaku masyarakat dengan menyampaikan pesan dan sinyal dari individu lain, yang membantu membentuk nilai-nilai yang dirasakan dalam sistem teknologi. Selain itu, pengaruh sosial juga memengaruhi individu melalui pesan tentang harapan sosial dan perilaku yang diamati dari orang lain. (Kartika et al., 2023). *Social Influence* mencerminkan pengaruh faktor lingkungan seperti saran atau pendapat dari keluarga, teman, atau kerabat untuk mengajak menggunakan teknologi. Menurut Venkatesh et al (2003) Pengaruh sosial adalah seberapa besar seseorang dianggap penting dalam memengaruhi orang lain untuk menggunakan teknologi atau sistem tertentu.

Social influence merujuk pada tekanan dari lingkungan sekitar yang mendorong seseorang untuk mengikuti perilaku mereka. Hal ini dapat muncul dalam bentuk perintah, tindakan, dan perilaku dari individu lain, yang dapat memengaruhi komunikasi baik secara individu maupun dalam kelompok (Richo

Rianto & Yoganingsih, 2020). Indikator penelitian untuk mengukur *Social influence* yang dijelaskan oleh Lee (2008) ada 6 indikator yaitu :

1. Informasi dari Teman.

Informasi dari teman memiliki potensi besar untuk memengaruhi seseorang dalam penggunaan suatu hal. Informasi yang disampaikan dapat menarik minat seseorang.

2. Dorongan dari Teman.

Setelah menerima informasi dan tertarik pada informasi tersebut, seringkali orang yang memberikan informasi akan menyarankan agar kita juga menggunakan hal yang sama seperti yang mereka gunakan.

3. Informasi dari Keluarga.

Seperti informasi yang diterima dari teman, keluarga juga memiliki potensi besar untuk memengaruhi seseorang dalam penggunaan suatu hal.

4. Dorongan dari Keluarga.

Seperti ketika mendapat dorongan dari teman, sering kali keluarga juga akan mengajukan saran agar kita menggunakan hal yang sama seperti yang mereka gunakan.

5. Peran.

Peran individu dalam menyebarkan informasi juga berkontribusi dalam memengaruhi penggunaan suatu hal

6. Status.

Ketika seseorang yang memiliki status sosial tinggi, seperti seorang artis, menggunakan suatu produk atau hal, hal itu dapat memberikan pengaruh kepada orang lain yang melihatnya.

d. Keamanan

Menurut (Lallmahamood, 2007) Keamanan dan privasi adalah keyakinan penting bagi nasabah dalam menjaga transaksi mereka tetap aman dan informasi pribadi terlindungi. Faktor ini sangat berperan dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan. Mengingat mudahnya tindakan kejahatan dan

pencurian data pribadi, sebuah layanan *e-wallet* harus memiliki sistem keamanan yang handal agar nasabah merasa nyaman dan aman dalam menggunakan layanan tersebut.

Menurut Kartika (2018) Persepsi keamanan adalah gambaran dari keyakinan seseorang terhadap tingkat keamanan suatu teknologi. Hal Ini mencerminkan kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak akan diakses atau dimanipulasi oleh pihak lain selain diri mereka sendiri, karena telah disimpan dengan aman. Dengan demikian, mereka merasa percaya untuk menggunakan teknologi yang dianggap aman. Ramadhan et al (2016) Menjelaskan bahwa keamanan dalam bertransaksi dompet digital ialah seorang yang menggunakan teknologi informasi merasa diberi perlindungan dari kesalahan, kerusakan dan pencurian. Umaningsih & Wardani (2020) Menjelaskan bahwa keamanan merupakan suatu usaha untuk menjaga dan mengelola suatu aktivitas agar tetap stabil dan terkendali.

Menurut Farokha & Rivai (2022) indikator keamanan meliputi:

1. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan dapat mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi, yang berpotensi merusak privasi mereka. Saat pelanggan merasa dilindungi, mereka lebih mungkin memberikan informasi dan melakukan pembelian dengan keyakinan yang kuat.

2. Kerahasiaan Data

Melindungi kerahasiaan informasi pribadi seseorang sangat penting. Jika data tersebut jatuh ke orang yang salah, dapat disalahgunakan dan merugikan individu terkait.

3. Citra Penjualan Perusahaan

Pemikiran pelanggan tentang penjualan adalah hasil dari penilaian terhadap aktivitas dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

4. Kualitas Produk

Kualitas produk dipengaruhi oleh pengalaman langsung pelanggan ketika mereka membeli produk atau menggunakan layanan dari perusahaan.

e. Literasi Keuangan Digital

Menurut Chen dan Volpe (1998) dalam Yushita (2017), Literasi keuangan adalah kemampuan untuk mengetahui, mendapat, dan mengaplikasikan pengetahuan tentang keuangan pribadi secara efektif, dengan tujuan mencapai kesejahteraan di masa depan. Chen and Volpe (1998) menjelaskan bahwa orang dengan pengetahuan rendah dapat membuat keputusan keuangan yang buruk. Sesuai dengan penelitiannya yang menunjukkan hasil bahwa pengetahuan di bidang keuangan pribadi akan mempengaruhi mahasiswa untuk mengambil keputusan keuangan yang baik (Said & Amiruddin, 2017).

Tony & Desai (2020) Literasi keuangan digital yang biasa dikenal sebagai (*digital financial literacy*) adalah hasil dari penggabungan konsep literasi keuangan dengan penggunaan platform digital. Literasi keuangan melibatkan pemahaman, sikap, perilaku tentang produk keuangan, dan kemampuan mengelola keuangan pribadi seseorang. Platform digital melibatkan teknologi komputer dan internet. Oleh karena itu, literasi keuangan digital melibatkan pemahaman individu tentang produk dan layanan keuangan dalam era teknologi digital termasuk proses penggunaan pembayaran pembelian dan sistem perbankan online. Secara umum, literasi digital mencerminkan kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital dalam berbagai kegiatan, seperti evaluasi, komunikasi, penciptaan, pencarian informasi, dan kolaborasi di era digital.

Peneliti Setiawan et al (2022), Prasad et al (2018) dan Morgan & Trinh (2019) Elemen penting yang menjadi indikator literasi keuangan digital dalam pengambilan keputusan termasuk pengetahuan (*Knowledge*), pengalaman

(*experience*), keterampilan (*Skills*), dan kesadaran (*Awareness*). Pengetahuan, atau yang juga dikenal sebagai *knowledge*, melibatkan pemahaman responden terhadap berbagai produk keuangan digital. Tingkat literasi keuangan seseorang sangat mempengaruhi kemampuan mereka dalam membuat keputusan keuangan yang tepat, seperti menabung. Pengalaman (*Experience*) dalam literasi keuangan mengacu pada pengalaman responden dalam menggunakan layanan produk keuangan digital, baik dari pengalaman pribadi maupun orang lain. Pengalaman seseorang menjadi faktor penting dalam mengelola keuangan, merencanakan investasi dan mengambil keputusan. Pengalaman keuangan menjadi sumber pembelajaran bagi individu dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan yang bijaksana di masa depan. *Skills* merujuk pada kemampuan responden dalam mengatur aktivitas yang terkait dengan keuangan digital. Kesadaran (*Awareness*) adalah pemahaman tentang manfaat dan risiko yang berhubungan dengan penggunaan produk keuangan. Kehadiran lembaga keuangan digital dianggap sebagai solusi, namun juga membawa risiko terkait perlindungan konsumen, keamanan data nasabah, infrastruktur teknologi informasi, dan manajemen risiko yang berpotensi berdampak pada masyarakat (Rahayu, 2022).

f. Keputusan Penggunaan

Menurut Petter & Olson (2013) keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan suatu perilaku atau lebih.

Firnanda & Asnawati (2017) Keputusan penggunaan merupakan fase evaluasi di mana konsumen memilih di antara beberapa merek yang tersedia dalam pilihan mereka. Menurut Khalifah et al (2021) Keputusan penggunaan adalah rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh konsumen dalam memutuskan apakah akan menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk, berdasarkan

pertimbangan tertentu. Hal ini mencakup tindakan konsumen dalam memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan barang atau jasa tertentu. Indikator dalam pengambilan keputusan menurut Kotler & Keller (2012) adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah

Pemasar harus mengenali situasi yang memicu kebutuhan spesifik. Kebutuhan muncul ketika konsumen mengalami masalah, yang terjadi ketika terdapat perbedaan antara situasi yang diinginkan dan situasi aktual saat ini

2. Pencarian informasi

Proses pencarian informasi dimulai saat konsumen menyadari bahwa produk dapat memenuhi kebutuhannya. Kemudian, konsumen akan mencari informasi tambahan tergantung pada motivasi mereka, pengetahuan awal, ketersediaan informasi, dan kepuasan yang diperoleh dari pencarian tersebut.

3. Penilaian alternative

Pada fase ini, konsumen melakukan evaluasi terhadap opsi produk dan merek, lalu memilih sesuai dengan preferensi mereka. Konsumen memandang setiap produk sebagai gabungan dari berbagai atribut yang beragam untuk memenuhi kebutuhan mereka.

4. Keputusan penggunaan

Pada tahap evaluasi alternatif, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang tersedia dalam pilihan mereka. Mereka juga dapat memilih untuk tidak membeli atau membeli produk yang paling disukai. Keputusan pembelian melibatkan lima aspek penting yaitu kualitas, pengecer, merek, cara pembayaran dan waktu.

5. Perilaku pasca penggunaan

Setelah pembelian, konsumen akan menunjukkan perilaku pasca pembelian. Ini mencakup penggunaan produk, kepuasan, dan kemungkinan pembelian ulang.

g. Dompet digital (*E-Wallet*)

E-wallet yang dikenal sebagai dompet digital merupakan salah satu jenis layanan *FinTech* yang menggunakan internet sebagai *platform* utama dan menjadi alternatif dalam proses pembayaran (Singh et al., 2020). Mengacu pada peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016, *E-wallet* atau dompet elektronik, adalah sebuah layanan elektronik dalam bentuk program aplikasi yang berfungsi sebagai cara untuk pembayaran digital. Layanan ini bisa dijangkau melalui ponsel pintar (*smartphone*) dan menggunakan media elektronik berbasis server. *E-wallet* berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang digital yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran dengan menggunakan saldo elektronik tersebut. Di dalam *e-wallet*, tersedia saldo yang dapat digunakan oleh pengguna untuk bertransaksi dengan pengguna lain dalam pembelian barang dan jasa yang diinginkan (Prameswari et al., 2021).

Dompet digital mempermudah transaksi karena konsumen tidak perlu membawa sejumlah besar uang tunai secara langsung. Dengan memiliki saldo di dompet digital yang terhubung dengan *smartphone* dan jaringan internet, pembayaran dapat dilakukan dengan mudah (Kesuma & Nurbaiti, 2023). *E-wallet* juga mempermudah proses pembelian dan penjualan melalui aplikasi ponsel pintar, memungkinkan individu untuk belanja online dengan cepat dan tanpa kesulitan. Penggunaan dompet digital (*e-wallet*) memberikan beberapa keuntungan kepada konsumen, seperti kepraktisan dan efisiensi tinggi, tingkat keamanan yang lebih baik, kemampuan bertransaksi tanpa uang tunai di mana saja, kemudahan dalam *top up*, serta berbagai promo dan diskon layaknya kartu kredit (Kusnawan et al., 2019).

B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu digunakan dalam penelitian ini guna sebagai rujukan. Penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan *Digital Payment* Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating” dari Siswanti pada tahun 2023 menggunakan smart PLS dan metode

analisis menggunakan uji hipotesis pengaruh langsung dan uji hipotesis pengaruh tidak langsung yang dilihat dari *path coefficients* dengan hasil bahwa literasi keuangan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *digital payment*, literasi keuangan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap budaya, sosial ekonomi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *digital payment*, sosial ekonomi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap budaya, budaya secara langsung berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *digital payment*, budaya memperkuat pengaruh literasi keuangan digital terhadap *digital payment*, budaya memperkuat pengaruh sosial ekonomi terhadap *digital payment* (Siswanti, 2023).

Jurnal penelitian oleh Endrica & Sari tahun 2021 dengan judul "Pengaruh *Performance Expectancy*, *Social Influence*, Literasi Keuangan Digital dan *Computer Self Efficacy* terhadap Penggunaan *E-wallet* pada Mahasiswa Akuntansi UNY" penelitian menggunakan metode analisis spearman 'rho. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*, *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*, Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*, *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* (Endrica & Sari, 2021).

Penelitian yang dilakukan Azzahra dan & Supriyadi pada tahun 2022 dengan judul penelitian yaitu "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa di Jakarta)" penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, variabel persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, variabel *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan penggunaan, variabel perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Adapun secara simultan variabel kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, *social influence*, *brand image* dan perilaku konsumtif berpengaruh simultan terhadap keputusan penggunaan (Azzahra & Supriyadi, 2022).

Penelitian yang dilakukan Afrinita & Permata pada tahun 2023 dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* OVO” penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan variabel Promosi dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Adapun secara simultan variabel kemudahan penggunaan, promosi dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Afrinita & Permata, 2023)

Penelitian yang dilakukan Rochaniah & Sari pada tahun 2021 dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh literasi keuangan digital, penghasilan, dan gender terhadap keputusan pembelian konsumen *E-Commerce*” penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan variabel literasi keuangan digital berpengaruh terhadap keputusan pembelian, penghasilan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Gender tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Adapun secara simultan literasi keuangan digital, penghasilan dan gender secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Rochaniah & Sari, 2021).

Penelitian yang dilakukan Alfaris pada tahun 2023 dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (*E-Wallet*)” penelitian ini menggunakan studi literatur dengan melakukan kegiatan metode pengumpulan data pustaka dari berbagai sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap Keputusan

Penggunaan, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Alfaris, 2023).

Penelitian yang dilakukan Umiyati et al yang dilakukan pada tahun 2021 dengan judul penelitian “*Social Influence, Usability And Security On The Intensity of DANA e-wallet Use*” penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan variabel *social influence* berpengaruh terhadap intensitas penggunaan, *usability* berpengaruh terhadap intensitas penggunaan, dan *security* berpengaruh terhadap intensitas penggunaan. Adapun secara simultan variabel *social influence*, *usability* dan *security* secara bersama-sama berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *e-wallet* DANA pada mahasiswa di Kabupaten Subang (Umiyati et al., 2021).

Penelitian yang dilakukan pillal dan shanmugham pada tahun 2021 dengan judul “*Effect of social influence on behavioural intention to use mobile wallet with the mediating impact of promotional benefits*” penelitian ini menggunakan analisis *Structure Equation Model* (SEM). Temuan penelitian ini menunjukkan variabel *social influence promotional benefits* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. *Promotional benefits* memediasi hubungan antara *behavioral intention* dan *social influence* menggunakan *mobile wallet* (Pillal & Shanmugam, 2021).

Penelitian yang dilakukan Le et al pada tahun 2020 dengan judul “*Factor Affecting Customers’ Decision to Use Mobile Banking Service: A Case of Thanh Hoa Province, Vietnam*” penelitian ini menggunakan analisis *Structure Equation Model* (SEM). Temuan penelitian ini menunjukkan *Performance expectance*, *Perceived ease of use*, *Perceived trust*, *Perceived transaction costs*, *Social influence*, *Compatibility*, *Behavioral intention* berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* (Le et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan Gharaibeh et al pada tahun 2018 dengan judul “*Using the UTAUT2 Model to Determine Factors Affecting Adoption of Mobile Banking Services: A Qualitative Approach*” penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *mass media* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*, *trust* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*, *effort expectancy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*, *performance expectancy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*, *facilitating conditions* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*, *Social influence* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* (Gharaibeh et al., 2018).

Peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu yang terangkum dalam kajian pustaka sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No	Nama Peneliti, tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan <i>Digital Payment</i> Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating (Siswanti, 2023).	Menggunakan variabel independen yaitu literasi keuangan digital.	Tidak menggunakan variabel independen yaitu <i>social influence</i> dan keamanan. Objek penelitian yaitu masyarakat Jakarta timur yang menggunakan digital payment, waktu dan tempat penelitian.	Literasi keuangan digital, sosial ekonomi dan budaya berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan <i>digital payment</i> . Sedangkan Budaya memperkuat pengaruh literasi keuangan dan sosial ekonomi terhadap <i>digital payment</i> .
2	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> , <i>Social Influence</i> , Literasi	Menggunakan variabel independen yaitu <i>social</i>	Tidak menggunakan variabel independen yaitu keamanan. Dan tidak menggunakan	<i>Performance expectancy</i> , <i>social influence</i> , literasi keuangan digital

	Keuangan Digital dan <i>Computer Self Efficacy</i> terhadap Penggunaan <i>E-wallet</i> pada Mahasiswa Akuntansi UNY (Endrica & Sari, 2021).	<i>influence</i> dan literasi keuangan digital.	literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi Objek penelitian yaitu mahasiswa akuntansi UNY, tempat dan waktu penelitian.	dan <i>computer self efficacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY.
3	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa di Jakarta) (Azzahra & Supriyadi, 2022).	Menggunakan variabel independen yaitu keamanan dan <i>social influence</i> .	Tidak menggunakan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi. Objek penelitian yaitu mahasiswa di Jakarta, tempat dan waktu penelitian.	Kepercayaan, persepsi keamanan, <i>social influence</i> , persepsi kemudahan, brand image, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> Dana. Perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> DANA
4	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E- Wallet</i> OVO (Afrinita & Permata, 2023)	Menggunakan variabel independen yaitu Keamanan.	Tidak menggunakan variabel <i>social influence</i> . Tidak menggunakan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi. Objek penelitian yaitu pengguna <i>e-wallet</i> OVO, tempat dan waktu penelitian.	Promosi dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> OVO. Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

				penggunaan <i>e-wallet</i> OVO.
5	Pengaruh literasi keuangan digital, penghasilan, dan gender terhadap keputusan pembelian konsumen <i>E-Commerce</i> (Rochaniah & Sari, 2021).	Menggunakan variabel independen yaitu literasi keuangan digital.	Tidak menggunakan variabel independen yaitu <i>social influence</i> dan keamanan. Objek penelitian yaitu mahasiswa jurusan pendidikan akuntansi 2017, tempat dan waktu penelitian.	Literasi keuangan digital berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen <i>e-commerce</i> . penghasilan, dan gender tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen <i>e-commerce</i> . Literasi keuangan digital, penghasilan, dan gender secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen <i>e-commerce</i> .
6	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (<i>E-Wallet</i>) (Alfaris, 2023).	Menggunakan variabel independen yaitu Keamanan dan variabel dependen keputusan penggunaan.	Tidak menggunakan variabel independen yaitu <i>social influence</i> . Tidak menggunakan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi. Waktu dan tempat penelitian.	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital (<i>E-Wallet</i>).
7	<i>Social Influence, Usability And Security On The Intensity of</i>	Menggunakan variabel independen	Tidak menggunakan variabel pemoderasi yaitu literasi	Pengaruh sosial, kegunaan, dan keamanan

	<i>DANA e-Wallet Use</i> (Umiyati et al., 2021).	yaitu <i>social influence</i> dan keamanan.	keuangan digital. Tidak menggunakan Objek penelitian yaitu mahasiswa pengguna <i>e-wallet</i> DANA di kabupaten Subang, waktu dan tempat penelitian.	berpengaruh positif dan simultan terhadap intensitas penggunaan <i>e-wallet</i> DANA pada mahasiswa di Kabupaten Subang.
8	<i>Effect of social influence on behavioural intention to use mobile wallet with the mediating impact of promotional benefits</i> (Pillal & Shanmugam, 2021).	Menggunakan variabel independen yaitu <i>social influence</i> .	Tidak menggunakan variabel independen yaitu keamanan. Tidak menggunakan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi. Objek penelitian yaitu 250 pengguna dompet seluler di india. Waktu dan tempat penelitian.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>social influence</i> dan <i>promotional benefits</i> berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>e-wallet</i> . <i>Promotional benefits</i> memediasi hubungan antara <i>behavioral intention</i> dan <i>social influence</i> menggunakan <i>mobile wallet</i>
9	<i>Factor Affecting Customers' Decision to Use Mobile Banking Service: A Case of Thanh Hoa Province, Vietnam</i> (Le et al., 2020)	Menggunakan variabel independen yaitu <i>social Influence</i> .	Tidak menggunakan variabel independen yaitu keamanan. Tidak menggunakan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi. Waktu dan tempat penelitian.	<i>Performance expectance</i> , <i>Perceived ease of use</i> , <i>Perceived trust</i> , <i>Perceived transaction costs</i> , <i>Social influence</i> , <i>Compatibility</i> , <i>Behavioral intention</i> berpengaruh terhadap

				penggunaan <i>mobile banking</i> .
10	<i>Using the UTAUT2 Model to Determine Factors Affecting Adoption of Mobile Banking Services: A Qualitative Approach</i> (Gharaibeh et al., 2018)	Menggunakan variabel independen yaitu <i>social influence</i> .	Tidak menggunakan variabel independen yaitu keamanan. Tidak menggunakan variabel pemoderasi yaitu literasi keuangan digital. Waktu dan tempat penelitian.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>mass media, trust, effort expectancy, performance expectancy, facilitating conditions, Social influence</i> berpengaruh terhadap keputusan penggunaan <i>mobile banking</i> .

Sumber: data sekunder yang diperoleh dari beberapa sumber

C. Landasan Teologis

Kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah menghasilkan inovasi teknologi yang lebih canggih, memberikan kenyamanan yang lebih baik bagi pengguna. Salah satunya adalah perkembangan metode pembayaran digital melalui dompet digital (*E-Wallet*). Dalam penggunaan dompet digital, keamanan bagi pengguna menjadi aspek yang penting untuk ditekankan. Keamanan dalam ranah digital sangatlah krusial mengingat adanya risiko informasi, catatan, serta potensi penyalahgunaan data individu oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Pelanggaran terhadap privasi ini mencakup penggabungan semua jenis data unik dan informasi lainnya. Melakukan Tindakan yang melibatkan penggunaan informasi pribadi seseorang tanpa izin dianggap sebagai pelanggaran privasi dan merupakan tindakan kejahatan di dunia maya (Soediro, 2018). Privasi seseorang dalam islam diatur dengan ketentuan yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat An-Nur Ayat 27, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتَسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ

لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memasuki rumah yang bukan rumahmu sebelum meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya. Yang demikian itu lebih baik bagimu, agar kamu selalu ingat.” (Q.S. An-Nur: 27)

Abu Hurairah juga meriwayatkan bahwa Rasulullah Shallallahu’alaihi wa sallam bersabda, “Apabila seseorang menengok atau melihat ke dalam rumahmu tanpa izin darimu, lalu kamu melemparnya batu kerikil hingga tercungkil matanya, maka tidak ada dosa bagi kamu”. (HR. Al-Bukhari dan Muslim).

Proses membuat keputusan, dilakukan dengan hati-hati dan pertimbangan yang matang dengan cara mengumpulkan informasi terlebih dahulu maupun dengan cara melakukan musyawarah dengan orang-orang yang dianggap mumpuni sehingga keputusan dapat diambil dengan bijak tidak mengikuti hawa nafsu semata.

Al-Qur’an surat yusuf ayat 80:

فَلَمَّا اسْتَيْسُوا مِنْهُ خَلَصُوا نَجِيًّا قَالَ كَبِيرُهُمْ أَلَمْ تَعْلَمُوا أَنَّ آبَاءَكُمْ قَدْ أَخَذَ عَلَيْكُمْ مَوْثِقًا مِنَ اللَّهِ وَمَنْ قَبْلُ مَا فَرَّطْتُمْ فِي يُوسُفَ فَلَنْ أَبْرَحَ الْأَرْضَ حَتَّىٰ يَأْذَنَ لِيَّ أَبِي أَوْ يَحْكَمَ اللَّهُ لِيَّ وَهُوَ خَيْرُ الْحَاكِمِينَ

Artinya: “Maka ketika mereka berputus asa dari pada putusan yusuf mereka menyendiri sambil berunding dengan berbisik-bisik. Berkatalah yang tertua diantara mereka: “Tidaklah kamu ketahui bahwa sesungguhnya ayahmu telah mengambil janji dari kamu dengan nama Allah dan sebelum itu kamu telah menyia-nyiakan yusuf. Sebab itu aku tidak akan meninggalkan negeri Mesir, sampai ayahku mengizinkan kepadaku (untuk kembali), atau Allah memberi keputusan kepadaku. Dan dia adalah hakim yang sebaik-baiknya”. (Yusuf/12:80)

Ayat diatas dijelaskan dalam proses pengambilan keputusan harus difikirkan secara matang dan dapat dilakukan musyawarah agar menghasilkan keputusan yang mufakat. Dalam pengambilan keputusan tidak hanya melibatkan orang yang memiliki otoritas tinggi, tetapi hal-hal di sekitar juga dapat mempengaruhi cara seseorang membuat keputusan.

Banyak ayat-ayat Al-Qur'an maupun hadist yang menjelaskan tentang anjuran-anjuran untuk berbisnis. Salah satu ayat yang menjelaskan tentang anjuran dalam berbisnis yaitu pada surat Al-Jumu'ah ayat 10 yaitu:

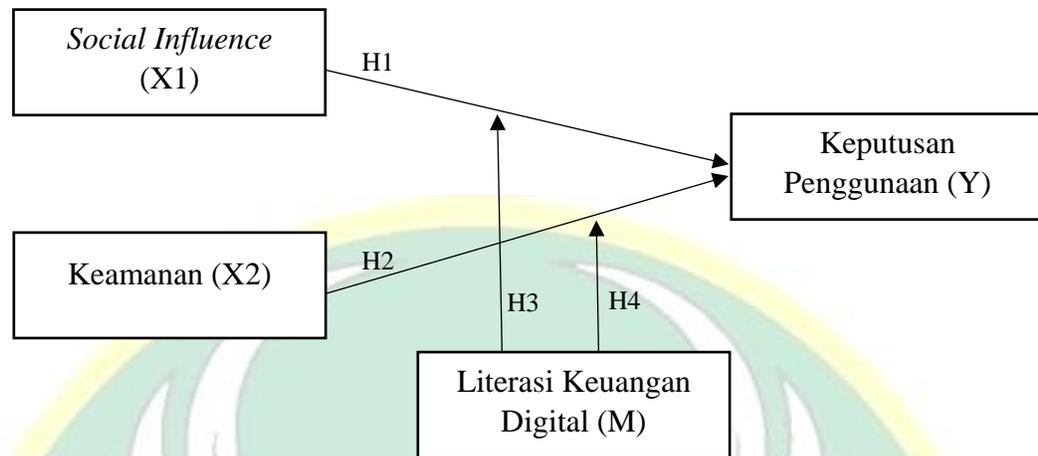
فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” (Al-Jumu'ah/62:10)

Penjelasan ayat diatas mengenai anjuran untuk berbisnis diatas, saat ini telah banyak diterapkan oleh masyarakat. Dimana sekarang ini, bisnis telah menjadi semakin umum di masyarakat, termasuk di Indonesia. Dalam era globalisasi yang cepat, perkembangan bisnis di Indonesia pun mengalami kemajuan yang signifikan. Dengan adanya pasar bebas, banyak perusahaan asing yang masuk ke Indonesia, sehingga persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, seorang pengusaha perlu memiliki strategi yang efektif untuk memastikan kelangsungan usahanya tetap optimal, meskipun dihadapkan dengan banyak pesaing. Dengan strategi bisnis yang efektif, perusahaan dapat menarik banyak pelanggan dan menciptakan kenyamanan bagi mereka, sehingga secara sendirinya akan mendorong mereka untuk memilih dan memutuskan menggunakan produk yang ditawarkan.

D. Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan pemahaman penelitian, penulis akan menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen melalui kerangka pemikiran seperti berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran penelitian

Kerangka penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat 2 variabel independen diantaranya variabel *Social Influence* (X1) dan variabel Keamanan (X2), dan terdapat variabel dependen adalah Keputusan penggunaan (Y). Dan satu variabel moderasi yaitu Literasi Keuangan Digital (M).

E. Hipotesis Penelitian

a. Pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA

Teori belajar sosial merupakan proses pembelajaran di mana seseorang belajar melalui pengamatan dan peniruan perilaku orang lain. Dengan kata lain, individu memperoleh informasi dengan mengamati kejadian-kejadian di sekitarnya (Andrian, 2012). *Social Influence* atau pengaruh sosial merujuk pada sejauh mana seseorang memandang orang-orang di sekitarnya sebagai teman atau keluarga yang mempengaruhi mereka untuk mencoba atau menggunakan hal-hal baru. (Richo Rianto & Yoganingsih, 2020). Umiyati et al (2021) Pengaruh sosial merupakan psikologi sosial yang mempelajari bagaimana orang dipengaruhi oleh tekanan dari kelompok lain atau individu, baik itu tekanan yang nyata maupun yang dirasakan, yang dapat mengubah sikap, keyakinan, persepsi, atau perilaku seseorang.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Azzahra & Supriyadi (2022) berpendapat bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Selain itu penelitian oleh Endrica & Sari (2021) juga menunjukkan hasil bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *social influence* seseorang maka keputusan penggunaan *e-wallet* akan meningkat. Hal ini dikarenakan seseorang cenderung mengikuti perilaku orang-orang di sekitarnya. Sama Jika orang-orang di sekitar seseorang menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut cenderung akan mengikuti perilaku mereka.

H1: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA

b. Pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA

Keamanan sebagaimana didefinisikan oleh Tsiakis & Sthephanides (2005) Keamanan merupakan serangkaian langkah dan program yang digunakan untuk memeriksa sumber informasi dan memastikan keutuhan serta kerahasiaan informasi. Ramadhan et al (2016) Mendefinisikan bahwa keamanan dalam transaksi dompet digital sebagai kondisi di mana pengguna teknologi informasi merasa terlindungi dari kerusakan, pencurian dan kesalahan. Sedangkan Umaningsih & Wardani (2020) Menjelaskan bahwa keamanan adalah upaya untuk mengatur dan mengontrol suatu kegiatan agar tetap berjalan dengan baik dan normal.

Penelitian yang dilakukan Alfaris (2023) menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital (*E-Wallet*). Selain itu penelitian oleh (Umiyati et al., 2021) juga menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *e-wallet* DANA. Hal ini menunjukan bahwa pilihan pelanggan untuk transaksi menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh seberapa keamanan layanan yang ada. Jaminan rasa aman merupakan jaminan yang

diberikan dalam bertransaksi maupun pelayanan dalam membangkitkan rasa percaya kepada seseorang. Sehingga semakin aman sistem pada platform dompet digital maka seseorang akan percaya dengan platform dompet digital tersebut.

H2: Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan E-Wallet DANA

- c. Pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA dengan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi

Menurut Permana & Parasari (2019) *social influence* mencerminkan sejauh mana individu memandang orang di sekitarnya sebagai bagian dari lingkungan sosial yang memengaruhi mereka untuk mencoba hal-hal baru. Penelitian yang dilakukan Fauziah & Ashfiasari (2021) menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran digital *e-wallet*. Dalam konteks penggunaan *e-wallet*, *social influence* merupakan rekomendasi dari keluarga, teman, atau rekan kerja untuk menggunakan aplikasi *e-wallet*. Pengaruh sosial menjadi bagian penting dalam minat menggunakan sesuatu khususnya aplikasi *digital payment* (Handayani & Rianto, 2021).

Menurut Chen & Volpe (1998) menjelaskan bahwa individu yang memiliki sedikit pengetahuan tentang keuangan cenderung membuat keputusan yang kurang tepat secara finansial. Ini menegaskan bahwa pengetahuan dalam hal keuangan pribadi berperan penting dalam pembuatan keputusan finansial yang cerdas (Said & Amiruddin, 2017). Effendy et al (2021) Menjelaskan bahwa dalam pengambilan keputusan keuangan yang baik pelanggan harus memiliki literasi keuangan yang memadai. Semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki seseorang akan mampu menjadikannya memiliki kemampuan dan keyakinan dalam memilih dan memanfaatkan produk dari jasa keuangan digital.

H3: literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan *social influence* terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA

- d. Pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA dengan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi

Penelitian yang dilakukan Afrinita & Permata (2023) menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Keamanan dapat meningkatkan pemahaman seseorang tentang manfaat dan risiko penggunaan *e-wallet*. Hal ini dapat mengarah pada peningkatan penggunaan *e-wallet* dan peningkatan kesadaran akan risiko keamanan. Penelitian yang dilakukan oleh Endrica & Sari (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Dapat disimpulkan bahwa seseorang dengan literasi keuangan digital yang tinggi akan memiliki kemampuan dalam mengelola dan memilih produk dari jasa keuangan digital. Sehingga dapat dipahami apabila semakin tinggi literasi keuangan digital seseorang, maka semakin besar kemungkinannya untuk menggunakan *e-wallet*.

H4: literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan keamanan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang mana data didapat berupa statistik dan angka-angka hasil pengolahan kuesioner (Sulasih, 2017). Penelitian ini merupakan penelitian langsung yang dilaksanakan di lapangan pada objek yang akan di teliti.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2023 – Maret 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri dari obyek atau subyek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z yang menggunakan *E-Wallet* DANA usia dewasa 18 sampai 25 tahun (Generasi Z) di wilayah kota Purwokerto.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya dapat mewakili keseluruhan populasi. Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Pemilihan sampel menggunakan *Teknik Non Probability Sampling* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau

kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sugiyono (2013) mendefinisikan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan kriteria-kriteria yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kriteria dalam pengambilan sampel antara lain sebagai berikut:

1. Bertempat tinggal di wilayah Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
2. Pengguna aplikasi *E-Wallet* DANA
3. Berusia 18-25 Tahun

Sampel dalam penelitian ini adalah generasi Z di wilayah purwokerto yang menggunakan *E-Wallet* DANA. Namun, karena pada penelitian ini besar populasi tidak dapat diketahui berapa banyak jumlah pastinya, maka untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow.

Untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{Z\alpha^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

$Z\alpha$ = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevelensi outcome, karena data belum didapat, maka di pakai 50% = 0,5

d = Tingkat ketelitian 5% = 0,05

$$n = \frac{Z\alpha^2 P (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5 (1- 0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16 = \text{dibulatkan } 385$$

Dari hasil perhitungan tersebut dapat ditentukan sebanyak 385 sampel penelitian yang dilakukan. Alasan peneliti menggunakan rumus diatas adalah karena ketidakpastian populasi generasi Z pengguna *E-Wallet* DANA di wilayah Purwokerto dengan jumlah yang berubah-ubah.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu segala hal yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian dan dapat diperoleh informasi guna menarik suatu kesimpulan. Penelitian ini menggunakan variabel independen *Social Influence* (X1), Keamanan (X2). Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Penggunaan. Selain itu pada penelitian ini menambahkan Variabel Pemoderasi (Z) yaitu Literasi Keuangan Digital.

b. Indikator Penelitian

Tabel 3.1
Tabel Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	<i>Social Influence</i> (X1) <i>Social influence</i> atau pengaruh sosial dapat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang menganggap orang di sekelilingnya sebagai keluarga atau teman yang mengajak seseorang untuk menggunakan atau mencoba sesuatu hal yang baru. (Permana & Parasari, 2019).	1. Informasi dari teman 2. Dorongan dari teman 3. Informasi dari keluarga 4. Dorongan dari keluarga 5. Peran 6. Status Menurut (Lee, 2008)
2	Keamanan (X2) Keamanan adalah seperangkat prosedur dan program	1. Jaminan Keamanan 2. Kerahasiaan Data

	untuk memverifikasi sumber informasi dan menjamin integritas dan privasi informasi. (Tsiakis & Sthephanides, 2005)	3. Citra Penjualan Perusahaan 4. Kualitas Produk Menurut (Farokha & Rivai, 2022)
3	Keputusan Penggunaan (Y) keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. (Petter & Olson, 2013).	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternative 4. Keputusan Penggunaan 5. Perilaku pasca penggunaan Menurut (Kotler & Keller, 2012)
4	Literasi keuangan Digital (Z) Literasi Keuangan Digital atau <i>digital financial literacy</i> merupakan pemahaman dan pengetahuan individu tentang produk dan layanan keuangan pada teknologi digital seperti dalam melakukan pembelian, pembayaran dan sistem perbankan online (Prasad et al., 2018).	1. <i>Knowledge</i> 2. <i>Experience</i> 3. <i>Skills</i> 4. <i>Awareness</i> Menurut Setiawan et al (2022), Prasad et al (2018), dan (Morgan & Trinh, 2019)

Sumber: data sekunder yang diperoleh dari beberapa sumber.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Kuesioner/Angket

Kuesioner pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh data social influence dan keamanan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA dengan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi pada Generasi Z di Kota Purwokerto. Kuesioner ini merupakan jenis kuesioner tertutup, artinya peneliti sudah menyiapkan jawaban, dan responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan pertanyaan yang diajukan. Sasaran kuesioner ini adalah Generasi Z di wilayah Purwokerto yang menggunakan *E-Wallet* DANA.

Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara online menggunakan google formulir. Skala merupakan alat yang digunakan untuk mengukur data atau

konkritnya sebuah pertanyaan dalam menghasilkan data. Skala yang digunakan, yaitu skala likert. Pendapat seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial dapat diukur dengan skala likert (Sugiyono, 2013). Skala likert, indikasi dapat dibuat untuk masing-masing faktor terukur. Setelah itu, indikator tersebut digunakan sebagai pedoman untuk merakit potongan-potongan instrumen yang berupa item pertanyaan atau pernyataan. Pada tabel berikut merupakan penilaian dalam skala likert yang dipakai dalam penelitian ini:

Sangat Setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Netral (N)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

b. Observasi

Pengumpulan data melalui observasi berbeda dengan metode lain, seperti wawancara dan kuesioner (Sugiyono, 2013), karena sejumlah fitur yang berbeda. Jika observasi selalu melibatkan komunikasi dengan orang, seperti dalam wawancara dan survei, maka observasi bisa mencakup segalanya, bukan hanya manusia. Penelitian yang melibatkan perilaku manusia, proses kerja, atau fenomena alam dan jumlah respondennya tidak terlalu banyak, cocok dengan metodologi pengumpulan data berdasarkan observasi (Sugiyono, 2013). Studi ini menggunakan formulir Google untuk mengumpulkan data awal dari peserta.

F. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumbernya secara langsung dengan pengambilan data melalui penyebaran kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti melalui *google form* secara online. Data primer yang dihasilkan berasal dari tanggapan / jawaban dari responden atau angket yang diisi mengenai

variabel-variabel penelitian yaitu *social influence*, keamanan dan literasi keuangan digital.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan dari penelitian pustaka dan dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal, buku, website resmi, dan sejenisnya. Data sekunder dapat digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian untuk memberikan gambaran yang lebih luas tentang topik yang diteliti.

G. Teknik Analisis Data

a. Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji validitas untuk menunjukkan tingkat keakuratan antara informasi yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas menggunakan alat ukur kuisioner untuk mengukur apakah data tersebut valid atau tidak. Uji validitas dilakukan untuk membandingkan r hitung dengan r tabel dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05.

Kriteria penilaian validitas sebagai berikut:

- a. Dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikansi sebesar 0,05
- b. Dikatakan tidak valid apabila r hitung $<$ r tabel dengan taraf signifikansi sebesar 0,05

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji tingkat kestabilan suatu alat pengukuran dalam mengukur suatu jawaban dari responden. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*. Pertanyaan yang mempunyai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 dikatakan suatu instrumen yang valid (Suliyanto, 2011).

Kriteria penilaian reliabilitas sebagai berikut:

- a. Koefisien lebih besar dari nilai kritis atau *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6 maka item tersebut berarti reabilitas yang baik.

b. Koefisien *alpha* kurang dari 0,6 menunjukkan reabilitasnya buruk.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas penelitian ini menggunakan dua cara yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018 : 161).

Dasar pengambilan keputusan dengan melihat grafik:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (KS) dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%.

Dasar keputusan sebagai berikut:

- a. Nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 5% maka data residual berdistribusi normal (Asymp.sig > 0,05).
- b. Nilai Asymo. Sig. lebih kecil dari 5% maka data tidak berdistribusi normal (Asymp.sig < 0,05).

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Gejala adanya Multikolinieritas antara lain melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance nya. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah sebagai berikut: (Ghozali, 2018 : 107).

- a. Besarnya nilai VIF (*variabel inflation factor*) ≤ 10 terjadi multikolinieritas
- b. Besarnya Tolerance $\geq 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam uji glejser jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018 : 137).

4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menentukan apakah model yang digunakan adalah linear atau tidak. Hasil dari uji linear akan memberikan informasi apakah model empiris yang digunakan sebaiknya linear, kuadrat, atau kubik. Terdapat beberapa metode analisis grafik dan statistik yang dapat digunakan untuk menentukan baik atau tidaknya penggunaan persamaan linear. Metode statistik yang digunakan pada uji linieritas ini adalah dengan cara memeriksa scatterplot. Pada scatterplot, sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi, sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual terstandarisasi. Apabila nilai-nilai tersebut acak atau tidak membentuk sebuah pola tertentu dan tersebar di sekitar angka nol, maka asumsi linieritas terpenuhi (Suliyanto, 2011: 145).

c. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2) secara

individual mempengaruhi variabel dependant (Y). Wardani & Permatasari (2022) tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 5% dengan derajat kebebasan $df = n-1$. Berikut merupakan hipotesis penelitian dari uji t pada penelitian ini.

1. H1 : *Social influence* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA
2. H2 : Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA

Menurut Ma'sumah (2019) dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. $< 0,05$, atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- 2) Jika nilai sig. $> 0,05$, atau t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

2. Uji F

Uji f merupakan uji pengaruh secara bersama-sama variabel-variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Uji f (simultan) pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 25. Uji f yang menunjukkan nilai f statistik yang signifikan mengindikasikan bahwa secara keseluruhan semua variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikatnya (Susilawati, 2020). Dengan derajat keyakinan 95% atau signifikansi (α) 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar $(k-1) (n-k)$.

Pengambilan keputusan:

apabila F hitung $< F$ tabel pada $\alpha = 0,05$ maka tidak berpengaruh

apabila F hitung $> F$ tabel pada $\alpha = 0,05$ maka berpengaruh

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai coefficients determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau lemah dan jika R^2 mendekati 1 maka semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam model regresi tersebut dalam menerangkan variabel terikat (Ghozali, 2018 : 97).

4. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mempelajari bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen, analisis regresi linier berganda dilakukan. Regresi linier berganda dilakukan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif suatu variabel dependen dan variabel independen (Suliyanto, 2011). Bentuk dasar dari persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: dimana Y adalah variabel dependen dan X_1, X_2 masing-masing adalah variabel independen yang mengukur *social influence* dan keamanan.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan penggunaan (Variabel Dependen)

a = Konstanta

β_1 = Koefisiensi regresi dari *social influence* (Variabel Independen)

β_2 = Koefisiensi regresi dari keamanan (Variabel Independen)

X_1 = *social influence* (Variabel Independen)

X_2 = keamanan (Variabel Independen)

e = nilai residu

5. Uji Moderated Regression Analisis (MRA)

Penelitian ini menggunakan analisis moderasi regresi *Moderated Regression Analisis* (MRA) adalah pengujian interaksi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaannya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) *Moderated Regression Analisis* berbeda dengan analisis sub-kelompok karena menggunakan

pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator. Untuk menggunakan MRA dengan satu variabel prediktor (X), maka harus membandingkan tiga persamaan regresi untuk menentukan jenis variabel moderator (Ghozali, 2018 : 227). Ketiga persamaan tersebut adalah:

$$1) Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \varepsilon \quad \text{(Persamaan 1)}$$

$$2) Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + \varepsilon \quad \text{(Persamaan 2)}$$

$$3) Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + \beta_3 X_i * Z_i + \varepsilon \quad \text{(Persamaan 3)}$$

Keterangan:

Y_i = Variabel Dependen

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

X_i = Variabel Independen

Z_i = Variabel Moderasi

ε = Error

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Z bukanlah variabel moderator, tetapi sebagai variabel prediktor (independen) jika persamaan 2 dan 3 tidak berbeda secara signifikan atau ($\beta_3=0; \beta_2 \neq 0$)
2. Variabel Z merupakan variabel pure moderator maka persamaan 1 dan 2 tidak berbeda, tetapi harus berbeda dengan persamaan 3 atau ($\beta_2 = 0; \beta_3 \neq 0$)
3. Variabel Z merupakan variabel quasi moderator jika persamaan 1, 2 dan 3 harus berbeda satu dengan lainnya atau ($\beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$)

Hasil uji MRA dilihat dari nilai signifikan yang dihasilkan, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel tersebut mampu mempengaruhi variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan *E-Wallet* DANA

Pada tanggal 5 Desember 2018 *E-Wallet* DANA sebuah dompet digital asli Indonesia resmi diperkenalkan. Dibuat untuk kebutuhan beragam masyarakat Indonesia dari segala lapisan, baik itu dari sisi sosial, budaya, atau ekonomi, serta untuk mendukung pelaku usaha baik yang beroperasi secara daring maupun luring. Menurut Charisma Albandjar, selaku *Chief Communication Officer* DANA, dompet digital ini bermitra dengan bankbank lokal untuk melakukan transaksi, sehingga tidak ada aliran dana keluar negeri atau kendali dari pihak asing dalam proses transaksi. Tujuan adalah memperluas akses keuangan di Indonesia dengan mendorong penggunaan pembayaran digital tanpa uang tunai maupun tanpa kartu.

DANA adalah hasil karya dari para pengembang muda Indonesia yang berasal dari *start up* berbasis hukum Indonesia. Investor utamanya adalah PT Elang Sejahtera Mandiri, yang memiliki 99 persen kepemilikan saham. Perusahaan ini merupakan bagian dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK), yang bermitra dengan *Ant Financial* pemilik Alipay. Kolaborasi antara EMTEK dan *Ant Financial* memberikan DANA akses ke teknologi canggih dari *Ant Financial*, yang dikenal karena keamanan dan keandalannya dalam transaksi digital.

DANA adalah platform pembayaran digital yang memiliki konsep open platform, memungkinkan penggunaannya di berbagai aplikasi dan gerai *online* maupun *offline*. Dengan memperhatikan praktik terbaik yang terbukti dan melayani jutaan pengguna di seluruh dunia, infrastruktur pembayaran digitalnya terus dikembangkan dengan fokus pada keamanan.

DANA telah resmi memperoleh izin dari Bank Indonesia dan memenuhi semua ketentuan yang ditetapkan oleh otoritas keuangan Indonesia sebagai lembaga teknologi finansial. Dalam operasinya, DANA hanya menjalin kemitraan dengan bank-bank local terkemuka seperti Bank BCA, BTN, Mandiri, BNI, CIMB NIAGA, BRI, Bank Permata, Bank Sinar Mas dan Panin Bank. Penting untuk dicatat bahwa dompet digital DANA tidak menyimpan dana milik siapa pun kecuali uang yang diletakkan dalam rekening penampungan yang disebut *Escrow Account*, yang digunakan untuk menyimpan dana saldo pengguna dengan aman (Gideon, 2022).

2. Visi dan Misi *E-Wallet* DANA

a. Visi

Menjembatani masyarakat Indonesia menuju generasi nontunai dengan tingkat literasi dan inklusi keuangan yang lebih baik.

b. Misi

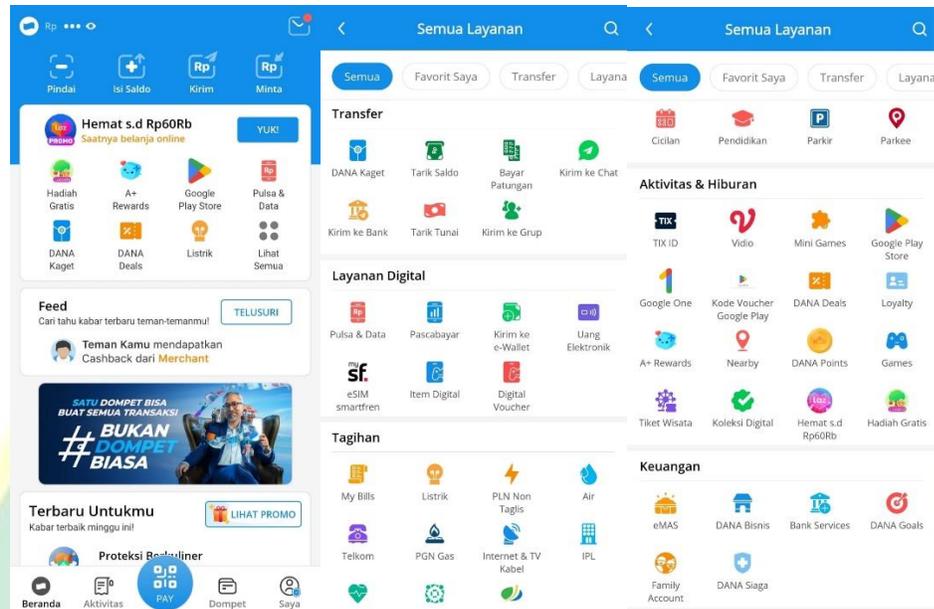
Menghubungkan seluruh elemen dalam ekosistem ekonomi digital, mulai dari pemerintah, mitra, hingga pengguna, untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia (PT Espay Debit Indonesia, DANA 2023)

3. Logo *E-Wallet* DANA



Gambar 4.1 Logo *E-Wallet* DANA

4. Fitur Pada Aplikasi DANA



Gambar 4.2. Fitur *E-Wallet* DANA

Aplikasi DANA merupakan salah satu dompet digital di Indonesia yang menawarkan beragam fitur keuangan yang lengkap. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan melakukan berbagai transaksi keuangan hanya melalui satu platform. Mulai dari pembelian pulsa, kuota internet, token listrik, hingga transfer ke berbagai bank dan pembayaran tagihan, semuanya dapat diakses dan dilakukan dengan mudah melalui aplikasi DANA. Fitur-fitur ini tersedia secara gratis untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan mereka. Berikut adalah beberapa fitur yang tersedia bagi pengguna dalam menggunakan *E-Wallet* DANA:

a. *Scan QR Code*

Salah satu keunggulan utama dari aplikasi *e-wallet* adalah kemampuannya untuk menyederhanakan proses pembayaran tanpa menggunakan uang tunai atau kartu. Oleh karena itu, kehadiran fitur *Scan QR Code* di aplikasi DANA menjadi sangat penting. Pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi pembayaran dengan cara memindai QR

Code atau QRIS di berbagai *merchant* yang tersedia di berbagai lokasi di seluruh Indonesia. Hanya dengan membuka aplikasi, memilih opsi *Scan kode QR*, memasukkan jumlah pembayaran, dan mengirimkannya, transaksi selesai.

b. Transfer Lebih Mudah

Fitur lain yang ditawarkan adalah kemudahan dalam proses transfer dana. Pengguna dapat mentransfer dana kepada teman atau pihak lain dengan mudah menggunakan nomor telepon atau nomor *WhatsApp* yang telah terhubung dengan akun DANA. Selain mentransfer kepada pengguna DANA lainnya, aplikasi ini juga memfasilitasi pengguna untuk melakukan transfer ke berbagai rekening bank di seluruh Indonesia tanpa harus keluar rumah. Proses penerimaan uang pun sama mudahnya seperti mengirim pesan, dengan DANA menyebutnya sebagai proses "transfer dan terima uang semudah mengirim pesan".

c. Tarik Tunai

Saldo atau uang yang tersimpan di akun DANA juga dapat ditarik sebagai uang tunai. Aplikasi DANA menyediakan fitur tarik tunai tanpa kartu, memudahkan pengguna untuk mengakses dana tunai mereka. Selain itu, pengguna juga dapat menarik saldo DANA melalui berbagai layanan seperti ATM, Indomaret, Pegadaian, Alfamart, dan berbagai *merchant* yang bermitra dengan DANA.

d. Bayar Tagihan Online dan Tagihan

Dengan menggunakan aplikasi DANA, pengguna dapat melakukan pembelian *online* di berbagai platform *e-commerce* dan di toko *offline* secara langsung melalui fitur pembayaran yang telah disediakan. Selain itu, aplikasi ini juga memfasilitasi pengguna untuk melakukan pembayaran beragam jenis tagihan seperti kredit motor, tagihan bank, dan lainnya.

e. Investasi Emas

Di samping pembayaran dan transfer, DANA juga menyediakan opsi investasi emas kepada pengguna. Pengguna dapat membeli dan menyimpan emas melalui fitur investasi emas yang tersedia di *platform* DANA. Investasi emas ini dijamin keamanannya oleh KBI Kliring Berjangka Indonesia dan (BAPPEBTI) Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, yang mengawasi setiap transaksi yang dilakukan.

f. Dana Kaget

Fitur DANA Kaget adalah salah satu fitur yang menarik yang memungkinkan pengguna untuk secara tiba-tiba mengirimkan hadiah kepada orang lain, bahkan kepada beberapa orang sekaligus.

g. DANA *Protection*

Pengguna *E-Wallet* DANA tidak perlu merasa khawatir akan kehilangan saldo, karena setiap transaksi yang dilakukan melalui fitur DANA *Protection* di dalam aplikasi dijamin oleh DANA. Jika terjadi kegagalan transaksi, uang yang telah dikirim akan dikembalikan ke saldo akun pengguna (Akhyar, 2023).

5. Kelebihan Aplikasi *E-Wallet* DANA

a. Gratis Pendaftaran

Salah satu keunggulan utama DANA adalah gratis. Tidak ada biaya pendaftaran untuk membuat akun DANA dan tidak perlu melakukan top up terlebih dahulu. Proses upgrade dari akun reguler ke akun premium juga tidak dikenai biaya. Meskipun tanpa upgrade, pengguna tetap dapat menikmati semua layanan DANA tanpa hambatan.

b. Fitur Lengkap

DANA menawarkan beragam fitur dan layanan yang dapat mempermudah segala transaksi keuangan kita sehari-hari.

c. Gratis Biaya *Top Up* dan Transfer

Salah satu fitur unggulan dari aplikasi DANA adalah tidak adanya biaya tambahan yang dibebankan kepada pengguna saat mereka melakukan *top up* atau untuk mentransfer dana ke berbagai rekening bank dan *e-wallet* lainnya.

d. Perlindungan Keamanan di *E-Wallet* DANA

Keamanan adalah hal yang sangat penting bagi DANA. *Platform* ini dilengkapi dengan fitur-fitur keamanan untuk menjamin bahwa setiap transaksi yang dilakukan tetap aman dan terlindungi dari ancaman berbagai macam. Salah satu fitur keamanan yang dimiliki DANA yaitu dilengkapi dengan sidik jari, PIN dan *Passkey*.

e. Banyak Voucher Diskon

DANA menawarkan program diskon dan *cashback* kepada pengguna melalui voucher. Misalnya, pengguna bisa mendapatkan diskon sebesar 50% untuk pembayaran tagihan PDAM atau mendapatkan *cashback* untuk jenis pembayaran lainnya (Akhyar, 2023).

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari 385 responden yang merupakan Generasi Z di Purwokerto dan merupakan pengguna atau pernah menggunakan aplikasi *E-Wallet* DANA. Peneliti telah mengumpulkan hasil penyebaran kuisisioner, dengan total kuisisioner yang disebarkan sebanyak 400 responden. Dari jumlah tersebut, sebanyak 388 kuisisioner telah kembali. Kuisisioner yang tidak kembali sebanyak 12 kuisisioner. Total kuisisioner yang tidak dapat diolah sebanyak 3 kuisisioner. Oleh karena itu, total kuisisioner yang dapat diolah untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini adalah 385 kuisisioner.

Karakteristik responden diuraikan dalam berbagai jenis tabel yang berbeda seperti berikut ini:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	232	60,3%
2	Perempuan	153	39,7%
Jumlah		385	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Dari hasil data penelitian yang tercantum dalam Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut, terdapat 232 responden laki-laki yang memiliki persentase sebesar 60,3% dan 153 responden perempuan yang memiliki persentase 39,7%. Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar daripada jumlah responden perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan umur

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1	18	20	5,2%
2	19	39	10,1%
3	20	85	22,2%
4	21	91	23,7%
5	22	109	28,4%
6	23	22	5,6%
7	24	10	2,5 %
8	25	9	2,3%
Jumlah		385	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Tabel 4.2 menampilkan kriteria usia responden yang digunakan dalam penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa dari total responden jumlahnya adalah sebagai berikut, 20 responden berusia 18 tahun (5,2%), 39 responden berusia 19 tahun (10,1%), 85 responden berusia 20 tahun dengan persentase (22,2%), 91 responden berusia 21 tahun (23,7%), 109 responden berusia 22 tahun (28,4%), 22 responden berusia 23 tahun (5,6%), 10 responden berusia 24 tahun (2,5%), dan 9 responden berusia 25 tahun (2,3%). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 22 tahun, dengan jumlah terbanyak mencapai 109 responden atau 28,4%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

No	Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar	17	4,4%
2	Mahasiswa	331	86,1%
3	Pekerja	37	9,5%
Jumlah		385	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang tertera dalam Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan adalah sebagai berikut, terdapat 17 responden yang merupakan pelajar, menyumbang persentase sebesar 4,4%, kemudian diikuti oleh mahasiswa dengan jumlah frekuensi sebanyak 331 responden yang memiliki persentase 86,1% serta pekerja sebanyak 37 responden dengan persentase 9,5%. Berdasarkan data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa dalam kategori status pekerjaan.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Domisili

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Domisili

No	Alamat Domisili	Frekuensi	Persentase
1	Purwokerto Barat	62	16%
2	Purwokerto Timur	107	27,8%
3	Purwokerto Utara	144	37,4%
4	Purwokerto Selatan	72	18,8%
Jumlah		385	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian Tabel 4.4 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan alamat domisili. Dapat dilihat bahwa terdapat 62 responden dengan persentase (16%) berasal dari Purwokerto Barat, diikuti oleh Purwokerto Timur dengan jumlah frekuensi sebanyak 107 responden dengan persentase (27,8%). Selanjutnya, Purwokerto Utara mencatatkan jumlah responden terbanyak, yaitu sebanyak 144 responden dengan persentase (37,4%) dan Purwokerto Selatan dengan 72 responden dengan persentase (18,8%). Dari data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa alamat domisili yang dominan adalah Purwokerto Utara.

C. *Statistic Descriptive* Tanggapan Responden

Pengaruh *social influence* dan keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA dengan literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi pada generasi z di wilayah purwokerto yang didapat berdasarkan tanggapan hasil kuesioner. Berikut ini merupakan hasil tanggapan responden dan identifikasi tanggapan responden sebagai berikut:

1. Variabel *Social Influence* (X1)

Tabel 4.5 Tanggapan Responden variabel *Social Influence*

Pertanyaan	N	Minimum	Maximum	Mean
Butir 1	385	4	5	4,57
Butir 2	385	4	5	4,45
Butir 3	385	4	5	4,57
Butir 4	385	4	5	4,51
Total	385	16	20	18,10
Valid N (listwise)	385			

Sumber: Hasil olahan data kuesioner SPSS Versi 25

Berdasarkan pada tabel 4.5 yang menunjukkan bahwa butir 1 rata-rata jawaban 4,57. Butir 2 rata-rata jawaban 4,45. Butir 3 rata-rata jawaban 4,57 dan butir 4 rata-rata jawaban 4,51. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel *social influence*.

2. Variabel Keamanan (X2)

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Keamanan

Pertanyaan	N	Minimum	Maximum	Mean
Butir 1	385	2	5	4,42
Butir 2	385	2	5	4,01
Butir 3	385	2	5	4,07
Butir 4	385	2	5	4,14
Butir 5	385	2	5	4,18
Butir 6	385	3	5	4,50
Total	385	20	30	25,32
Valid N (listwise)	385			

Sumber: Hasil olahan data kuesioner SPSS Versi 25

Berdasarkan pada tabel 4.6 yang menunjukkan bahwa butir 1 rata-rata jawaban 4,42. Butir 2 rata-rata jawaban 4,01. Butir 3 rata-rata jawaban 4,07. Butir 4 rata-rata jawaban 4,14. Butir 5 rata-rata jawaban 4,18 dan butir 6 rata-

rata jawaban 4,50. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel keamanan.

3. Variabel Literasi Keuangan Digital (Z)

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Literasi Keuangan Digital

Pertanyaan	N	Minimum	Maximum	Mean
Butir 1	385	2	5	4,19
Butir 2	385	2	5	4,23
Butir 3	385	2	5	4,24
Butir 4	385	3	5	4,15
Butir 5	385	1	5	4,22
Butir 6	385	3	5	4,49
Butir 7	385	3	5	4,50
Total	385	23	35	30,02
Valid N (listwise)	385			

Sumber: Hasil olahan data kuesioner SPSS Versi 25

Berdasarkan pada tabel 4.7 yang menunjukkan bahwa butir 1 rata-rata jawaban 4,19. Butir 2 rata-rata jawaban 4,23. Butir 3 rata-rata jawaban 4,24. Butir 4 rata-rata jawaban 4,15. Butir 5 rata-rata jawaban 4,22. Butir 6 rata-rata jawaban 4,49 dan butir 7 rata-rata jawaban 4,50. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel literasi keuangan digital.

4. Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Penggunaan

Pertanyaan	N	Minimum	Maximum	Mean
Butir 1	385	2	5	4,38
Butir 2	385	3	5	4,29
Butir 3	385	2	5	4,25
Butir 4	385	2	5	4,32
Butir 5	385	2	5	4,36
Total	385	16	25	21,62

Valid N (listwise)	385			
-----------------------	-----	--	--	--

Sumber: Hasil olahan data kuesioner SPSS Versi 25

Berdasarkan pada tabel 4.8 yang menunjukkan bahwa butir 1 rata-rata jawaban 4,38. Butir 2 rata-rata jawaban 4,29. Butir 3 rata-rata jawaban 4,25. Butir 4 rata-rata jawaban 4,32 dan butir 5 rata-rata jawaban 4,36. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel keputusan penggunaan *e-wallet*.

D. Hasil Penelitian

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Tujuan dari dilakukannya Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah setiap pertanyaan dalam kuesioner yang telah disebarikan terhadap responden dapat dianggap valid atau tidak. Kesimpulan mengenai validitas setiap pertanyaan dapat diperoleh dengan membandingkan koefisien korelasi yang dihitung (*r* hitung) dengan (*r* tabel). Rumus untuk menghitung nilai *r* tabel adalah $df = n - 2$, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Dalam penelitian ini, jumlah sampel adalah 385, sehingga nilai *df* adalah $385 - 2 = 383$, yang menghasilkan nilai *r* tabel sebesar 0,100. Jika (*r* hitung > *r* tabel), maka item butir kuisisioner dianggap valid. Sebaliknya, jika (*r* hitung < *r* tabel), maka item butir kuisisioner dianggap tidak valid (Ghozali, 2018).

Hasil pengujian validitas melalui SPSS versi 25 sebagai berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel 5%	Keterangan
<i>Social Influence (X1)</i>	S1	0,725	0,100	Valid
	S2	0,706	0,100	Valid
	S3	0,694	0,100	Valid
	S4	0,678	0,100	Valid

Keamanan (X2)	K1	0,514	0,100	Valid
	K2	0,706	0,100	Valid
	K3	0,742	0,100	Valid
	K4	0,637	0,100	Valid
	K5	0,584	0,100	Valid
	K6	0,472	0,100	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1	0,750	0,100	Valid
	Y2	0,637	0,100	Valid
	Y3	0,664	0,100	Valid
	Y4	0,603	0,100	Valid
	Y5	0,616	0,100	Valid
Literasi Keuangan Digital (Z)	Z1	0,708	0,100	Valid
	Z2	0,692	0,100	Valid
	Z3	0,419	0,100	Valid
	Z4	0,499	0,100	Valid
	Z5	0,669	0,100	Valid
	Z6	0,689	0,100	Valid
	Z7	0,715	0,100	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 25

Dari hasil tabel 4.9 perhitungan uji validitas dari setiap masing-masing indikator atau pertanyaan variabel seperti diatas menunjukkan bahwasanya nilai r-hitung lebih besar dari pada r-tabel atau $r \text{ hitung} > 0,100$. Hal ini dinyatakan bahwasannya data dari variabel *Social Influence* (X1), Keamanan (X2), Keputusan Penggunaan (Y), dan Literasi Keuangan Digital (Z) dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan pada analisis data selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji tingkat kestabilan suatu alat pengukuran dalam mengukur suatu jawaban dari responden. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*. Pertanyaan yang mempunyai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 dikatakan suatu instrumen yang valid (Suliyanto, 2011). Koefisien lebih besar dari nilai kritis atau *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6 maka item tersebut berarti reabilitas yang baik. Instrument akan dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > nilai alpha (*Cronbach's alpha* > 0,60). Hasil pengujian reliabilitas melalui SPSS versi 25 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Nama Vaariabel	Cronbach Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
<i>Social Influence</i> (X1)	0,654	0,6	Reliabel
Keamanan (X2)	0,664	0,6	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,667	0,6	Reliabel
Literasi Keuangan Digital (Z)	0,738	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 25

Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa variabel *Social Influence* (X1), Keamanan (X2), Keputusan Penggunaan (Y) dan Literasi Keuangan Digital (Z) memiliki *cronbach's alpha* >0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki reliabilitas yang memadai dan data dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

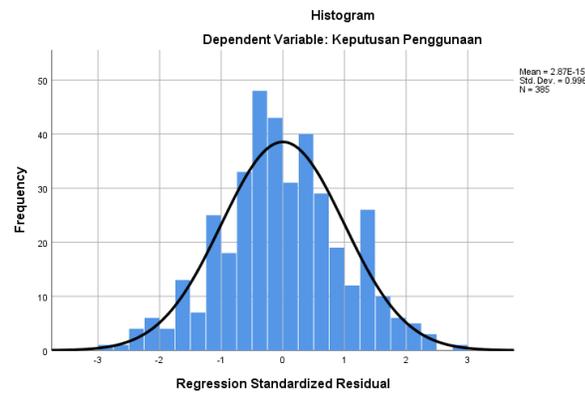
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi yang

normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui dua metode, yaitu analisis grafis dan uji statistik.

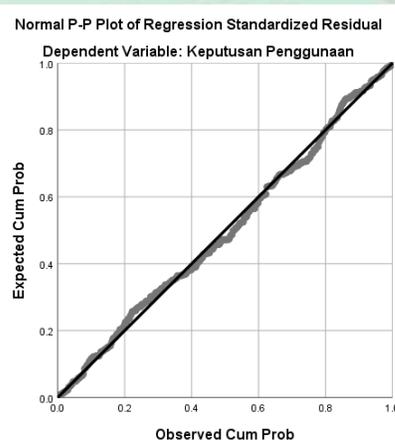
1. Grafik Histogram



Gambar 4.3 Grafik Histogram

Gambar menunjukkan perbandingan antara data yang diamati dengan distribusi yang mendekati normal. Gambar chart tersebut berbentuk lonceng terbalik dimana yang memenuhi garis lonceng merupakan data yang berdistribusi normal. Dengan demikian grafik histogram diatas memiliki model regresi yang memenuhi asumsi normalitas.

Grafik P-P Plot



Gambar 4.4 Grafik P-P Plot

Gambar diatas menunjukkan titik-titik yang mengikuti dan mendekati garis diagonal. Distribusi titik-titik ini mengikuti pola garis diagonal sehingga menunjukkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Kolmogorov Smirnov

Pada uji Kolmogorov-Smirnov untuk pengambilan keputusan, nilai residual terstandarisasi dianggap berdistribusi normal jika nilai K hitung lebih kecil dari nilai K tabel ($K_{hitung} < K_{tabel}$) atau nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari alpha (0,05).

Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. deviation	1.39556297
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positif	.039
	Negative	-.035
Tes Statistic		.039
Asymp.Sig (2-tailed)		.187 ^c

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 25

Tabel 4.11 menunjukkan nilai Asymp.Sig sebesar 0,187 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal sehingga asumsi persyaratan normalitas telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance nya. Dimana besaran nilai VIF

(*variabel inflation factor*) ≤ 10 dan besarnya Tolerance $\geq 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Social Influence	.902	1.108
	Keamanan	.912	1.096
	Literasi Keuangan Digital	.866	1.154

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 25

Dari tabel 4.12 menunjukkan masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari sama dengan 0,10 (Tolerance $\geq 0,10$). *Social Influence* memiliki nilai tolerance sebesar 0,902 Keamanan sebesar 0,912 dan Literasi Keuangan Digital sebesar 0,866. Kemudian jika dilihat dari nilai VIF maka masing-masing variabel independen memiliki nilai VIF ≤ 10 . *Social Influence* (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1,108, Keamanan (X2) sebesar 1,096 dan Literasi Keuangan Digital (Z) sebesar 1,154. Berdasarkan nilai Tolerance \geq dan VIF ≤ 10 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan dalam varians residu antar pengamatan dalam model regresi. Dalam uji glejser jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	.381
Social Influence	.788
Keamanan	.524
Literasi Keuangan Digital	.159

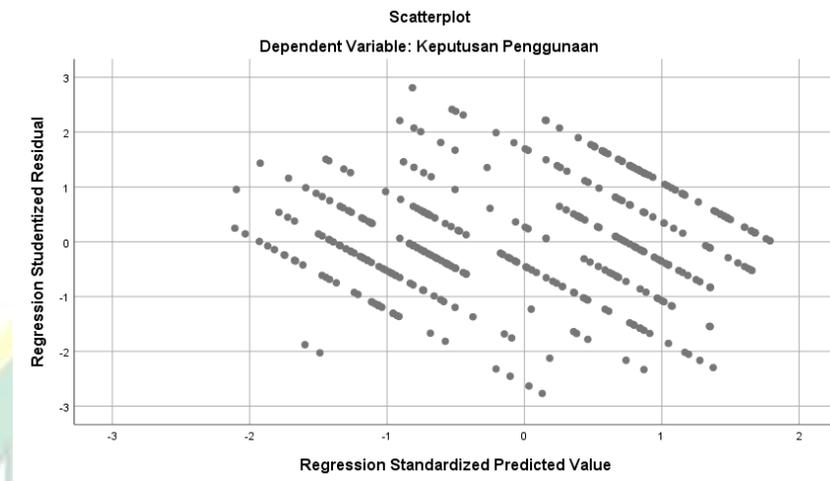
Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS 25

Kriteria pengujian glejser jika probabilitas signifikansi masing-masing independen $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Variabel *Social Influence* (X1) memiliki nilai sebesar 0,788, Keamanan (X2) sebesar 0,524, dan Literasi Keuangan Digital (Z) sebesar 0,159. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada semua variabel.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas berfungsi untuk menentukan apakah model yang digunakan adalah linier atau tidak. Hasil dari uji linear akan memberikan informasi apakah model empiris yang digunakan sebaiknya linear, kuadrat, atau kubik. Terdapat beberapa metode analisis grafik dan statistik yang dapat digunakan untuk menentukan baik atau tidaknya penggunaan persamaan linier. Metode statistik yang digunakan pada uji linieritas ini adalah dengan cara memeriksa scatterplot. Pada scatterplot, sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi, sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual terstandarisasi. Apabila nilai-nilai tersebut acak atau tidak membentuk sebuah pola tertentu dan tersebar di sekitar angka nol, maka asumsi linieritas terpenuhi (Suliyanto, 2011: 145).

Gambar 4.5 Hasil Uji Linieritas



Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS 25

Berdasarkan pada gambar 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa plot menyebar secara acak baik diatas maupun di bawah angka nol pada sumbu regression standardized residual. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada uji linieritas dengan analisis grafik dinyatakan linier.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel *social influence* dan keamanan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Suatu hasil dianggap diterima jika nilai t yang dihitung lebih besar dari nilai t yang terdapat dalam tabel distribusi ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($sig. < 0,05$). Nilai t tabel dihitung menggunakan rumus: $[DF = n - k]$ yaitu $Df = 385 - 3 = 382$ kemudian di peroleh t tabel sebesar 1,966.

Tabel 4.14 Hasil Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	7.665	.000
	Social Influence	9.432	.000
	Keamanan	7.736	.000

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas variabel X1 (*Social Influence*) menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,432 yang lebih besar dari t tabel ($9,432 > 1,966$), menandakan bahwa variabel *Social Influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Demikian pula, pada variabel X2 (Keamanan), nilai t hitung sebesar 7,736 juga melebihi t tabel ($7,736 > 1,966$), yang mengindikasikan bahwa variabel Keamanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y).

b. Uji F

Dalam pengujian uji F, suatu hasil dianggap diterima jika nilai f yang dihitung lebih besar dari nilai f yang terdapat dalam tabel distribusi F (f hitung $>$ f tabel). Nilai f yang dihitung berasal dari pengujian statistik, sedangkan nilai f tabel dihitung menggunakan rumus:

$$df1 = k-1$$

$$df2 = n-k$$

Dimana :

$$n = 385 \text{ (banyaknya responden)}$$

$$k = 3 \text{ (variabel penelitian)}$$

Maka akan menjadi:

$$df1 = 3-1 = 2$$

$df_2 = 385 - 3 = 382$, dan diperoleh f tabel sebesar 3,02

Tabel 4.15 Hasil Uji F

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
1	91.634	.000 ^b

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 25

Dari Tabel 4.15 diatas didapatkan nilai f hitung sebesar 91,634, yang jauh lebih besar daripada f tabel ($91.634 > 3,02$). Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen *social influence* dan keamanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan.

c. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Tabel 4.16 Hasil uji R² (Koefisien Determinasi)

Model Summary	
Model	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,321

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.16 Koefisien korelasi (R) sebesar 0,569 menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel independen dan variabel dependen, karena nilainya mendekati 1. Selain itu, tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,321, yang menunjukkan bahwa variabel independen memberikan kontribusi sebesar 32,1% terhadap variabel dependen, sementara faktor lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Penggunaan analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuannya adalah untuk menentukan tingkat kepentingan relatif dari masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen (Suliyanto, 2011). Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini memiliki bentuk dasar sebagai berikut, Y adalah variabel dependen sedangkan X1 dan X2 merupakan variabel independen yang mengukur *social influence* dan keamanan

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan penggunaan (Variabel Dependen)

a = Konstanta

β_1 = Koefisiensi regresi dari *social influence* (Variabel Independen)

β_2 = Koefisiensi regresi dari keamanan (Variabel Independen)

X1 = *social influence* (Variabel Independen)

X2 = keamanan (Variabel Independen)

e = nilai residu

Tabel 4.17

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	7.830
Social Influence	.457
Keamanan	.218

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dibentuk persamaan regresi linear berganda antar variabel *Social Influence* (X1) dan Keamanan (X2) pada Keputusan Penggunaan (Y) yaitu:

$$Y = 7,830 + 0,457 + 0,218 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut maka dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta pada persamaan regresi $Y = 7,830 + 0,457 + 0,218 + e$ berarti bahwasanya bernilai positif dengan syarat jika variabel *Social Influence* (X1) dan Keamanan (X2) pada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 7,830.
- b. Nilai b1 sebesar 0,457 menunjukkan bahwa koefisien untuk variabel *Social Influence* (X1) memiliki dampak positif terhadap Keputusan Penggunaan (Y) atau dikatakan bahwa variabel *Social Influence* (X1) memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan (Y). Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam variabel *Social Influence* (X1) akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,457 atau 45,7% dalam Keputusan Penggunaan (Y), dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap sebagai konstanta.
- c. Nilai b2 sebesar 0,218 menunjukkan bahwa koefisien untuk variabel Keamanan (X2) memiliki dampak positif terhadap Keputusan Penggunaan (Y). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel Keamanan (X2) akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0,218 atau 21,8% dalam Keputusan Penggunaan (Y), dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap sebagai konstanta.

5. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Penelitian ini menggunakan analisis moderasi regresi *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah pengujian interaksi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaannya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) *Moderated Regression Analysis* berbeda dengan analisis sub-kelompok karena menggunakan pendekatan analitik yang

mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator.

Tabel 4.18 Hasil Uji Model 2 *Social Influence*

Model		Unstandardized Coefficients	t	Sig
		B		
1	(Constant)	1.404	1.359	.175
	Social Influence	.153	2.849	.005
	Literasi Keuangan Digital	.581	24.058	.000

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 25

Dari hasil analisis persamaan regresi kedua, dapat dijelaskan bahwa koefisien regresi untuk literasi keuangan digital adalah 0,581, dengan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$). Dari hasil diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Tabel 4.19 Hasil Uji Model 3 *Social influence*

Model		Unstandardized Coefficients	t	Sig
		B		
1	(Constant)	10.571	1.129	.260
	Social Influence	-.355	-.685	.494
	Literasi Keuangan Digital	.275	.883	.378
	Social Influence_Literasi keuangan Digital	.017	.985	.325

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi ketiga, koefisien regresi untuk variabel interaksi adalah 0,017 dengan nilai signifikansi sebesar 0,325 ($0,325 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan digital

tidak mampu memperkuat hubungan *social influece* terhadap keputusan penggunaan.

Tabel 4.20 Uji Model 2 Keamanan

Model		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
		B		
1	(Constant)	2.414	2.630	.009
	Keamanan	.061	1.959	.051
	Literasi Keuangan Digital	.588	24.350	.000

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 25

Hasil dari persamaan regresi kedua menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk literasi keuangan digital adalah 0,588, dengan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Tabel 4.21 Hasil Uji Model 3 Keamanan

Model		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
		B		
1	(Constant)	-9.511	-1.245	.214
	Keamanan	.534	1.766	.078
	Literasi Keuangan Digital	.984	3.893	.000
	Keamanan_Literasi Keuangan Digital	-.016	-1.572	.117

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi ketiga, koefisien variabel interaksi ditemukan sebesar -0,016 dengan nilai signifikansi 0,117 ($0,117 > 0,05$). Dengan demikian, ditarik kesimpulan bahwa variabel interaksi tidak mampu memperkuat hubungan keamanan terhadap keputusan penggunaan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka secara keseluruhan pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Social Influence* Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA

Variabel *social influence* atau pengaruh sosial mencerminkan pengaruh dari interaksi sosial yang pada akhirnya mempengaruhi cara seseorang melihat sesuatu. Faktor ini melibatkan norma-norma sosial, pengaruh dari lingkungan sosial serta pandangan dan kesan individu terhadap suatu hal. Jika suatu konsep atau sistem diterima dan didukung oleh lingkungan sekitarnya, maka itu akan lebih diterima oleh masyarakat secara umum.

Hipotesis pertama (H1) penelitian ini menduga bahwa *variabel social influence* (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t maka diperoleh t hitung untuk variabel *social influence* (X1) sebesar 9,432 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($9,432 > 1,966$) dengan tingkat signifikansi yaitu ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwasannya H1 **diterima** sehingga variabel *Social Influence* (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan. Hasil ini menunjukkan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu sebesar 0,457 hal tersebut dapat diartikan apabila terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada nilai *social influence* maka keputusan penggunaan akan meningkat sebesar 0,457. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi *social influence* seseorang maka semakin tinggi pula keputusan mereka untuk menggunakan *e-wallet* DANA.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seseorang menggunakan *e-wallet* DANA dipengaruhi oleh pengaruh sosial (*social influence*). *Social influence* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan maka dapat dipahami bahwa seseorang yang memiliki pengaruh sosial yang tinggi akan semakin tinggi pula

kemungkinan dalam menggunakan *e-wallet* DANA tersebut. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan bahwa sebagian responden memilih untuk menggunakan karena terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya. Beberapa karena keluarga, direkomendasikan oleh temannya atau karena pengaruh dari komunitas di media sosial.

Sesuai dengan teori utama *Technology Acceptance model* (TAM) bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap adopsi teknologi oleh pengguna. Sejalan dengan penelitian azzahra dan supriyadi (2022) menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Penelitian oleh Endrica dan Sari (2021) menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap penggunaan *E-Wallet*. Selanjutnya hasil penelitian oleh Umiyati et al (2021) menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *E-Wallet* DANA. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *social influence* maka keputusan penggunaan *e-wallet* akan meningkat. Hal ini dikarenakan seseorang cenderung mengikuti perilaku orang-orang di sekitarnya. Jika orang-orang di sekitar seseorang menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut cenderung akan mengikuti perilaku mereka. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA.

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA

Keamanan adalah seperangkat prosedur dan program untuk memverifikasi sumber informasi dan menjamin integritas dan privasi informasi. Ramadhan et al (2016) Menjelaskan bahwa keamanan dalam bertransaksi dompet digital ialah seorang yang menggunakan teknologi informasi merasa diberi perlindungan dari kesalahan, kerusakan dan pencurian. Jika keamanan yang ditawarkan tinggi maka semakin tinggi keputusan masyarakat untuk menggunakan dompet digital tersebut. Keamanan sebuah sistem dianggap krusial dalam keputusan penggunaan sebuah teknologi oleh

individu. Sehingga apabila sebuah sistem jika keamanan yang ditawarkan rendah maka keberlanjutan penggunaan sebuah teknologi akan sulit dilakukan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seseorang menggunakan *e-wallet* DANA dipengaruhi oleh keamanannya. Keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan maka dapat dipahami bahwa keputusan seseorang dalam menggunakan *ewallet* DANA tersebut karena faktor keamanannya. Karena keamanan sebuah sistem dapat menjadi salah satu faktor seseorang dalam memutuskan untuk penggunaan *e-wallet* DANA. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan menunjukkan bahwa sebagian responden memilih untuk menggunakan dompet digital karena dipengaruhi oleh faktor keamanannya.

Hipotesis kedua (H2) penelitian ini menduga bahwa variabel Keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t maka diperoleh t hitung untuk variabel Keamanan (X2) sebesar 7,736 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($7,736 > 1,966$) dengan tingkat signifikansi yaitu ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwasannya H2 **diterima** sehingga variabel Keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan. Hasil ini menunjukkan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu sebesar 0,218 hal tersebut dapat diartikan apabila terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada nilai Keamanan maka keputusan penggunaan akan meningkat sebesar 0,218. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat keamanan yang ditawarkan oleh *E-Wallet* DANA, semakin tinggi pula kemungkinan masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut.

Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu Penelitian yang dilakukan Alfaris (2023) menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital (*E-Wallet*). Penelitian oleh azzahra dan Supriyadi (2022) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA sebagai

sistem pembayaran. Penelitian oleh Umiyati et al (2021) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *E-Wallet* DANA pada mahasiswa.

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *external variable* yaitu keamanan terkait pada jaminan uang mereka yang tersimpan pada sistem *E-Wallet* DANA. Fitur keamanan seperti sidik jari, pin, *passkey* dan keamanan data pribadi pada akun *E-Wallet* DANA tersebut menjadi hal utama yang dipertimbangkan sebelum menggunakan *E-Wallet* DANA serta jaminan yang jelas oleh Bank Indonesia (BI). Masyarakat sebagai pengguna layanan merasa apabila semakin aman sistem untuk digunakan, maka akan semakin sering *E-Wallet* DANA tersebut digunakan. Jadi, keamanan pada *E-Wallet* DANA ini mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakannya.

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA yang di moderasi dengan literasi keuangan digital

Hipotesis ketiga (H3) penelitian ini menduga bahwa literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan *social influence* terhadap keputusan penggunaan. Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel literasi keuangan digital pada persamaan regresi kedua (tanpa memasukan variabel interaksi) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan sebesar $0,000 < 0,05$ dan pada persamaan regresi ketiga variabel literasi keuangan digital tidak mampu memperkuat hubungan *social influence* terhadap keputusan penggunaan sebesar $0,325 > 0,05$. Dengan berpedoman buku karya (Ghozali, 2018:227) maka variabel literasi keuangan digital pada hipotesis H3 merupakan tipe *predictor moderation* dimana b_2 signifikan ($b_2 \neq 0$) dan b_3 tidak signifikan ($b_3 = 0$) dikatakan *predictor moderation* dikarenakan variabel yang awalnya dihipotesiskan untuk menjadi variabel moderasi tetapi pada pengujian menunjukkan bahwa variabel tersebut hanya sebagai variabel penjelas atau *predictor* tidak untuk memoderasi.

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi tidak memperkuat atau memperlemah *social influence* terhadap keputusan penggunaan. Sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan *social influence* terhadap keputusan penggunaan **ditolak**. Keterlibatan antara literasi keuangan digital dan *social influence* yaitu faktor *social influence* dalam penelitian ini tidak dapat terdorong untuk melemah atau meningkat dengan hanya kehadiran literasi keuangan digital meskipun literasi keuangan digital sangat mampu mempengaruhi keputusan penggunaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoirun Nisa & Aslamatis Solekah (2022) yang menunjukkan bahwa variabel *social influence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang lain yaitu menggunakan variabel literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi dimana dalam penelitian ini tidak terdapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial yang di pengaruhi oleh seseorang untuk menggunakan dompet digital dalam proses bertransaksi yang diiringi dengan tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki individu belum tentu mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan *e-wallet*. Meskipun literasi keuangan digital dapat membantu seseorang dalam membuat keputusan yang lebih bijak dan rasional saat menggunakan layanan keuangan digital. Namun literasi keuangan digital tidak mampu memoderasi pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna *E-Wallet* DANA sebelum penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti promo dan kemudahan juga turut mempengaruhi pilihan mereka dalam menggunakan *e-wallet* tersebut.

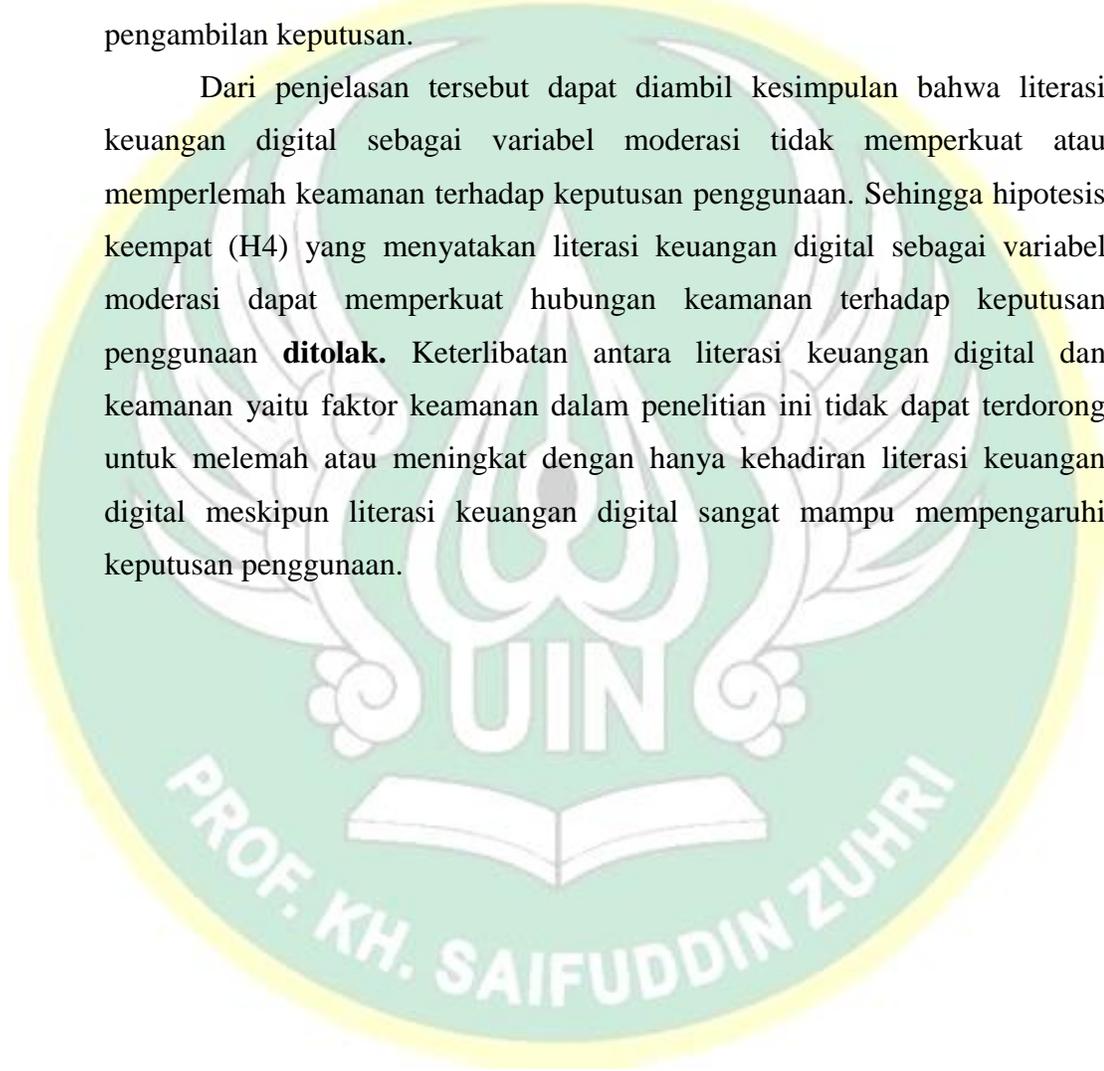
4. Pengaruh Keamanan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA yang di moderasi dengan literasi keuangan digital

Hipotesis keempat (H4) penelitian ini menduga bahwa literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan Keamanan terhadap keputusan penggunaan. Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel literasi keuangan digital pada persamaan regresi kedua (tanpa memasukan variabel interaksi) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan sebesar $0,000 < 0,05$ dan pada persamaan regresi ketiga variabel literasi keuangan digital tidak mampu memperkuat hubungan keamanan terhadap keputusan penggunaan sebesar $0,117 > 0,05$. Dengan berpedoman buku karya (Ghozali, 2018:227) maka variabel literasi keuangan digital pada hipotesis H4 merupakan tipe *predictor moderation* dimana b_2 signifikan ($b_2 \neq 0$) dan b_3 tidak signifikan ($b_3 = 0$) dikatakan *predictor moderation* dikarenakan variabel yang awalnya dihipotesiskan untuk menjadi variabel moderasi tetapi pada pengujian menunjukkan bahwa variabel tersebut hanya sebagai variabel penjelas atau *predictor* tidak untuk memoderasi.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan digital tidak mampu memperkuat hubungan antara keamanan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Sukmawati & Kowanda (2022) menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang lain yaitu menggunakan variabel literasi keuangan digital sebagai variabel pemoderasi dimana dalam penelitian ini tidak terdapat memperkuat atau memperlemah pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan keamanan yang diberikan *E-Wallet* DANA dalam proses bertransaksi yang diiringi dengan tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki individu belum tentu mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan *E-Wallet*.

Meskipun literasi keuangan digital dapat membantu seseorang dalam membuat keputusan yang lebih bijak dan rasional saat menggunakan layanan keuangan digital. Namun literasi keuangan digital tidak mampu memoderasi pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Oleh karena itu, faktor lain selain keamanan bisa menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi tidak memperkuat atau memperlemah keamanan terhadap keputusan penggunaan. Sehingga hipotesis keempat (H4) yang menyatakan literasi keuangan digital sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan keamanan terhadap keputusan penggunaan **ditolak**. Keterlibatan antara literasi keuangan digital dan keamanan yaitu faktor keamanan dalam penelitian ini tidak dapat terdorong untuk melemah atau meningkat dengan hanya kehadiran literasi keuangan digital meskipun literasi keuangan digital sangat mampu mempengaruhi keputusan penggunaan.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *social influence* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Dimana *social influence* dapat menjadi tolak ukur atau faktor responden dalam pengambilan keputusan penggunaan.
2. Variabel keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Dimana keamanan dapat menjadi tolak ukur atau faktor responden dalam pengambilan keputusan penggunaan.
3. Literasi keuangan Digital tidak dapat memoderasi pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Literasi keuangan digital tidak mampu memperkuat atau memperlemah faktor *social influence* terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA.
4. Literasi keuangan Digital tidak dapat memoderasi pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Literasi keuangan digital tidak mampu memperkuat atau memperlemah faktor keamanan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA.

B. Saran

1. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau rujukan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya seperti menambahkan atau mengembangkan variabel pemoderasi atau independen diluar penelitian misalnya variabel pengalaman, risiko, kenyamanan, umur, atau kemudahan sehingga dapat menjadi pembeda dari penelitian ini. Selain itu dapat menggunakan alat analisis yang lain seperti SEM, PLS dan lain-lain agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.

2. Bagi Perusahaan *E-Wallet* DANA

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan *E-Wallet*, terutama bagi *E-Wallet* DANA. Penulis menyarankan agar *E-Wallet* DANA terus meningkatkan keamanan transaksi, memperluas cakupan merchant terutama yang sering digunakan oleh mahasiswa, dan gencar melakukan promosi dan edukasi kepada mahasiswa.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau sumber bacaan untuk mengedukasi masyarakat pada umumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrinita, N., & Permata, T. S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi Dan keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Ovo. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, 75–88.
- Akhyar, K. (2023). *Review Aplikasi DANA: Fitur, Kelebihan dan Kekurangan DANA*. Fobis.Id. <https://fobis.id/aplikasi/review-aplikasi-dana-fitur-kelebihan-dan-kekurangan-dana/>
- Alfaris, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-Wallet). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(2), 67–74. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i2.7450>
- Andrea, B., Gabriella, H. C., & Tímea, J. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Andrian, M. A. (2012). Teori Pembelajaran sosial. <https://www.Referensimakalah.Com/2012/09/Teori-Pembelajaran-Sosial-Vygotsky.Html>, 1(1), 1–2.
- Aziz, F. A. (2020). Menakar Kesyarlahan Fintech Syariah di Indonesia. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 14(1), 1–18. <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i1.3567>
- Azzahra, S., & Supriyadi, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta). *Prosiding SNAM PNJ*.
- Budiman, F. (2020). Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(5), 142–166.
- Chen, H., & Volpe, R. p. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Service Review*, 7(2), 107–128. <https://doi.org/10.3788/CJL201643.0811001>
- Databoks. (2023). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- Dianta, I. A., & Zusrony, E. (2019). Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan pada Nasabah Pengguna Internet Banking Analysis of Influence of Banking Information Security System to Internet Banking User Customer. *Intensif*, 3(1), 2549–6824.
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived Usefulness, Perceived

- Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 311–315. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.060>
- Endrica, A. Y. V., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Social Influence, Literasi Keuangan Digital dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa Akuntansi UNY. *Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(4), 1–16.
- Farokha, S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, VOL 4 SPES(ISSUE 3)*, 1323.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis (EMBIS)*, 1(4), 307–317.
- Firnanda, M. A., & Asnawati. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Brand Image , Brand Trust terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 1, 409–410. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/>
- Gharaibeh, M. K., Arshad, M. R. M., & Gharaibh, N. K. (2018). Using the UTAUT2 model to determine factors affecting adoption of mobile banking services: A qualitative approach. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 12(4), 123–134. <https://doi.org/10.3991/ijim.v12i4.8525>
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gideon, A. (2022). *Hal yang Perlu Diketahui Soal DANA, Dompot Digital Besutan Anak Negeri*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3802191/hal-yang-perlu-diketahui-soal-dana-dompot-digital-besutan-anak-negeri?page=2>
- Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865. <http://jurnal.stie->

aas.ac.id/index.php/jiedoi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620>

- Hayati, F., Zulvira, R., & Gistituati, N. (2021). Lembaga pendidikan: kebijakan dan pengambilan keputusan. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 6(1), 100. <https://doi.org/10.29210/3003911000>
- Indonesia, B. (2016). *Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Digital*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx
- Indrawati, Rahman, M., Wai, C. K., Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., Gaffar, M. R., Has, M. N., & Yuliansyah, S. (2017). *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT Revika Aditama.
- Kartika, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2).
- Kartika, A., Nurbaiti, & Aslami, N. (2023). Pengaruh Gerakan Nasional Non Tunai, Social Influence, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Digital Payment Dalam Konsep Masalah (Studi Kasus: Kota Kisaran). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(1,2), 657–670.
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694–703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Khalifah, A. R., Triwardhani, D., & Syarief, N. (2021). Keputusan Penggunaan BNI Mobile (Studi Kasus Pada Pengguna BNI Mobile Di Jakarta). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 962–980.
- Khoirun Nisa, U., & Aslamatis Solekah, N. (2022). The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship Toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust. *Iqtishoduna*, 18(1). <https://www.bi.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management 14th edition*. Pearson education.
- Kuheba, mahendra R., Manoppo, W. S., & Tumbel, T. M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembeli Simcard Telkomsel Pada Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(004), 269352.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>

- Lallmahamood, M. (2007). An Examination of Individual 's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce : Using An Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12(3), 1–26. http://arraydev.com/commerce/JIBC/2007-12/Muniruddeen_Final.pdf
- Le, H. B. H., Ngo, C. T., Trinh, T. T. H., & Nguyen, T. T. P. (2020). Factor affecting customers' decision to use mobile banking service: A case of thanh hoa province, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 205–212. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.205>
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: Young consumers. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(6), 573–586. <https://doi.org/10.1108/02634500810902839>
- Lesilolo, H. J. (2019). Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura Dalam Proses Belajar Mengajar Di Sekolah. *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi*, 4(2), 186–202. <https://doi.org/10.37196/kenosis.v4i2.67>
- Liputan6. (2023). *Pegguna Dompot Digital DANA Tembus 135 Juta di 2022*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5191376/pengguna-dompot-digital-dana-tembus-135-juta-di-2022?page=2>
- Ma'sumah, S. (2019). *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul dan Hipotesis Penelitian*. CV. Rizquna.
- Marey, D. R. E., & Purwanto, E. (2020). Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). *Advances in Science, Technology Adoption A Conceptual Framework*, 33.
- Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2019). Fintech and Financial Literacy In The Lao PDR. *Asian Development Bank Institute*, 933. <https://www.adb.org/publications/fintech-and-financial-literacy-lao-pdr>
- Mustofa, M. Z., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Pelayanan Elektronik Payment Terhadap Keputusan Penggunaan Brizzi Card. *Jiagabi*, 10(1), 163–176.
- OECD. (2021). *G20/OECD-INFE Report on Supporting Financial Resilience and Transformation through Digital Financial Literacy*. <https://www.oecd.org/finance/financial-education/digitalfinancialliteracy.htm>
- OJK. (2022). *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan,SNLIK sebelumnya di tahun>

2019 yaitu 76%2C19 persen.

- Permana, G. P. L., & Parasari, A. A. A. I. (2019). Pengaruh Hedonic Motivation, Social Influence, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penggunaan Marketplace Pada Umkm Di Bali: Studi Kasus Pada Hipmi Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 90. <https://doi.org/10.38043/jimb.v4i1.2154>
- Petter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (D. T. Dwiandani (Ed.)). Jakarta : Salemba empat.
- Pham, T., Hoang, N.-Y. N., & Do, H.-N. (2021). The “e-Wallet Generation”: How Barriers and Promoting Factors Influence Intention to Use. *The Review of Socionetwork Strategies*, 15(2), 413–427. <https://doi.org/10.1007/s12626-021-00088-3>
- Pillal, S. P., & Shanmugam, V. (2021). Effect of Social Influence on Behavioural Intention to Use Mobile Wallet with the Mediating Impactof Promotional Benefits. *Design Engineering (Toronto)*, XII(7), 6347–6358. <https://www.researchgate.net/publication/363298082>
- Populix. (2022). *Orang Indonesia Lebih Andalkan Mobile Banking dan E-Wallet untuk Transaksi Online*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/07/06/20050037/orang-indonesia-lebih-andalkan-mobile-banking-dan-e-wallet-untuk-transaksi?page=all#:~:text=Dari sejumlah aplikasi e-wallet di Indonesia%2C lima e-wallet,persen%29%2C ShopeePay %2876 persen%29%2C dan LinkA>
- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 859. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p04>
- Prameswari, A., Hsb, D. namira, Bayani, L. N., & Nurbaiti. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126–139. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v2i2.191>
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. *Journal of Business and Management*, 5(I), 23–32. <https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74–87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.14268>
- Rahmawati, Y. D., Yuliana, R., Tinggi, S., Bank, I. E., & Jateng, B. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap

- Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Econbank*, 2(2), 157–168. <https://www.liputan6.com>
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>
- Rembulan, N. D. R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111.
- Richo Rianto, M., & Yoganingsih, T. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mandiri - Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 76–83.
- Rochaniah, Y., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Penghasilan Dan Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce. *Journal Student UNY*, 4, 1–20.
- Said, S., & Amiruddin, A. M. A. (2017). Literasi Keuangan Syariah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (Studi Kasus UIN Alauddin Makasar) Salmah Said dan Andi Muhammad Ali Amiruddin Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
Keywords : Literasi , Keuangan , Islam , Perguruan Tinggi , UIN Alaud. *Al-Ulum*, 17(1), 44–64. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I., & Sapulette, M. S. (2022). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 31(4), 320–338. <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1799142>
- Sharma, S. K., Gaur, A., Saddikuti, V., & Rastogi, A. (2017). Structural equation model (SEM)-neural network (NN) model for predicting quality determinants of e-learning management systems. *Behaviour and Information Technology*, 36(10), 1053–1066. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2017.1340973>
- Silalahi, P. R., Safira, R., Hubara, Z. A., & Sari, E. P. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 869–878. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2673>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50(May 2019), 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Siswanti, T. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Social Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating.

Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsuraya, 8(2), 73–88.

- Soediro, S. (2018). Prinsip Keamanan, Privasi, Dan Etika Dalam Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Perspektif Hukum Islam. *Kosmik Hukum*, 18(2).
- Sugiarti, E. N., Diana, N., & Marwadi, M. C. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 08(04), 90–104. <https://doi.org/10.30596/11656>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 66–72. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.481>
- Sulasih, S. (2017). Kajian Persepsi Harga, Kemasan, Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Khas Bumiayu Jawa Tengah. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.33366/ref.v5i1.561>
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta : ANDI.
- Susilawati, S. (2020). Determinan Harga Saham Perusahaan Yang Terdaftar Di Lq45. *Akrab Juara*, 5, 38–49.
- Tentang DANA DANA dengan teknologinya yang inklusif*. (2023). PT Espay Debit Indonesia DANA. <https://www.dana.id/corporate/?lng=id>
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 46–57. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p46-57>
- Tirto.id. (2022). *Cara Pakai QRIS di Thailand & Daftar Aplikasi-Merchant Cross Border*. <https://tirto.id/cara-pakai-qr-is-di-thailand-daftar-aplikasi-merchant-cross-border-gvMb>
- Tony, N., & Desai, K. (2020). Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 1911–1915.
- Tsiakis, T., & Sthephanides, G. (2005). The concept of security and trust in electronic payments. *Computers and Security*, 24(1), 10–15.

<https://doi.org/10.1016/j.cose.2004.11.001>

- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Umiyati, I., Eka Putri, T., & Maya, N. (2021). Social Influence, Usability And Security On The Intensity of DANA e-Wallet Use. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 03(01), 113–130.
- Utami, M. C. (2019). Implementasi Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dalam Pemilihan E-Wallet Untuk Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 21(3), 259–265. <https://doi.org/10.33557/jurnal.matrik.v21i3.730>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://www.jstor.org/stable/30036540>
- Wardani, S., & Permatasari, R. I. (2022). Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 13–25. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.862>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang : CV. Seribu Bintang.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>



Lampiran-Lampiran

Lampiran 1- KUESIONER

Lampiran Kuesioner

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth
Bapak/Ibu/Saudara/i responden

Assalamualaikum Wr.Wb
Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Septian Hasanain Pratama, mahasiswa S1 Program Studi Perbankan Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir (Skripsi) mengenai **“Pengaruh *Social Influence* dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto)”**.

Adapun kriteria responden sebagai berikut:

1. Bertempat tinggal di wilayah Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
2. Pengguna aplikasi *e-wallet* DANA
3. Berusia 18-25 Tahun

Dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah memenuhi kriteria di atas untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya. Adapun tujuan penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian akademis.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat Saya,
Septian Hasanain Pratama

Kuesioner Pengaruh *Social Influence* dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto).

Oleh: Septian Hasanain Pratama

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-Laki
 - Perempuan
3. Umur :
4. Status :
 - Pelajar
 - Mahasiswa
 - Pekerja
5. Alamat Domisili :
 - Purwokerto Utara
 - Purwokerto Selatan
 - Purwokerto Timur
 - Purwokerto Barat

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan teman-teman untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Responden dapat memberikan tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pernyataan.
3. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan, yaitu:
 - STS : Sangat Tidak Setuju skor 1
 - TS : Tidak Setuju skor 2
 - N : Netral skor 3
 - S : Setuju skor 4
 - SS : Sangat Setuju skor 5

C. Pertanyaan Peneliti

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Social Influence (X1)					
	Pendapat atau saran dari teman-teman sangat mempengaruhi saya dalam menggunakan <i>e-wallet</i> DANA					
	Pendapat atau saran dari keluarga atau kerabat dekat sangat mempengaruhi saya dalam menggunakan <i>e-wallet</i> DANA					
	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> DANA karena dorongan dari keluarga saya atau teman dekat saya					
	Peran dan status sangat mempengaruhi saya dalam menggunakan <i>e-wallet</i> DANA					
2	Keamanan (X2)					
	Saya merasa aman ketika bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> DANA					
	Sistem keamanan <i>e-wallet</i> DANA sangatlah penting					
	Saya percaya pada kemampuan <i>e-wallet</i> DANA untuk melindungi privasi saya dalam menggunakan layanan <i>e-wallet</i> DANA					
	<i>E-wallet</i> DANA mempunyai reputasi yang baik karena terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia dan Kominfo					
	Menurut saya, pelayanan dalam jaminan keamanan terhadap data pengguna ditangani secara maksimal oleh pihak <i>e-wallet</i> DANA					
	Fitur keamanan <i>e-wallet</i> DANA dilengkapi dengan sidik jari, PIN dan Passkey yang membuat keamanan terjamin					
3	Keputusan Penggunaan (Y)					
	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> DANA karena sistem yang mudah dipahami					
	Saya mendapatkan informasi mengenai <i>e-wallet</i> DANA dengan mudah dan lengkap					

	<i>E-wallet</i> DANA memberikan alternatif pembayaran atas kebutuhan saya					
	Saya memutuskan menggunakan <i>e-wallet</i> DANA sebagai salah satu alat bayar yang saya gunakan					
	Saya merekomendasikan <i>e-wallet</i> DANA kepada orang lain					
4	Literasi Keuangan Digital (Z)					
	Saya memahami produk-produk yang ada di <i>e-wallet</i> DANA					
	Saya memahami hak dan perlindungan pengguna di <i>e-wallet</i> DANA					
	Saya memiliki pengalaman dalam menggunakan produk layanan keuangan digital					
	Saya memiliki kemampuan dalam mengelola aktivitas keuangan melalui platform digital					
	Saya memiliki control yang baik terhadap aktivitas keuangan					
	Saya mengambil keputusan terhadap produk dan layanan jasa <i>e-wallet</i> DANA secara hati-hati					
	Saya sadar akan potensi risiko keamanan dalam menggunakan layanan keuangan digital					

Lampiran 2- Data Tabulasi Responden

Data Tabulasi Responden

Social Influence						Keamanan						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	3	23
2	5	4	4	5	18	3	4	4	4	4	4	23
3	5	5	5	4	19	4	4	3	4	4	4	23
4	5	5	5	5	20	4	4	4	3	4	4	23
5	5	4	4	4	17	4	4	4	4	3	4	23
6	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23
7	4	5	5	5	19	5	4	4	4	5	5	27

8	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	3	23
9	5	5	5	5	20	3	4	4	4	4	4	23
10	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	5	26
11	5	4	5	4	18	5	4	4	4	4	4	25
12	5	5	5	4	19	5	4	5	4	5	5	28
13	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	5	25
15	4	5	5	5	19	4	4	4	5	4	4	25
16	5	5	5	5	20	5	4	4	5	3	5	26
17	4	4	4	4	16	5	4	4	3	4	5	25
18	4	5	5	5	19	4	4	5	5	5	5	28
19	4	4	5	5	18	5	4	5	4	3	5	26
20	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	5	25
21	5	5	5	4	19	5	4	4	4	4	4	25
22	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	4	25
23	5	4	4	5	18	5	4	4	4	4	4	25
24	5	5	5	4	19	5	4	4	4	4	4	25
25	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	4	25
26	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	5	25
27	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	4	25
28	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	5	5	20	5	4	4	5	4	4	26
30	5	5	5	5	20	4	4	5	4	4	4	25
31	5	4	5	4	18	5	4	4	4	4	4	25
32	5	5	4	5	19	5	4	5	5	5	5	29
33	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	5	25
34	4	4	4	5	17	4	4	4	4	5	4	25
35	4	5	4	4	17	3	4	3	3	5	5	23
36	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	5	29
37	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	5	29
38	5	5	5	5	20	5	4	4	5	3	5	26
39	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	5	4	18	3	3	3	5	5	5	24
41	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	5	25
42	4	4	4	4	16	5	3	3	3	4	4	22
43	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	4	27
44	5	4	5	5	19	4	4	4	4	5	5	26
45	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	5	26

46	4	4	5	4	17	5	4	4	4	4	5	26
47	4	4	4	5	17	5	3	4	4	3	4	23
48	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	5	23
49	5	5	4	4	18	4	3	4	4	3	4	22
50	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
51	5	5	5	5	20	3	2	4	5	5	5	24
52	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	4	5	17	5	4	4	4	4	4	25
54	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26
55	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	5	26
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	5	4	19	5	3	3	4	3	4	22
59	4	5	5	5	19	5	4	5	4	5	5	28
60	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26
61	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	5	25
62	4	4	4	4	16	5	4	5	5	5	5	29
63	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	5	26
64	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26
65	4	4	4	5	17	3	3	4	4	4	5	23
66	5	4	4	4	17	4	4	4	3	4	4	23
67	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24
68	5	4	5	5	19	5	3	3	3	5	4	23
69	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
70	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	5	30
71	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	4	19	4	3	2	3	5	5	22
73	5	5	5	4	19	4	3	3	3	3	4	20
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
77	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	5	4	17	4	3	4	4	4	4	23
79	5	5	5	4	19	5	4	4	4	5	5	27
80	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
81	4	5	4	4	17	4	4	4	5	3	4	24
82	4	5	5	5	19	3	3	3	3	5	5	22
83	4	4	4	4	16	5	3	5	5	5	5	28

84	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	5	17	5	4	4	4	3	4	24
87	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23
88	5	5	4	5	19	5	4	4	4	4	4	25
89	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	4	16	5	4	3	5	4	5	26
91	4	4	4	5	17	4	4	3	3	4	5	23
92	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	4	25
93	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	25
94	5	5	4	5	19	5	3	4	4	3	4	23
95	5	4	4	4	17	5	4	5	5	5	5	29
96	5	4	5	5	19	4	4	4	5	4	4	25
97	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	25
98	5	5	5	4	19	5	4	4	4	3	3	23
99	5	5	5	5	20	5	3	5	3	3	5	24
100	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30
101	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
102	5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	5	27
103	5	5	5	4	19	4	3	5	5	3	5	25
104	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
105	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23
106	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
107	4	5	4	4	17	5	3	4	3	3	5	23
108	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	3	27
109	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
110	4	5	5	5	19	4	5	5	4	5	4	27
111	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30
112	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	5	21
113	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
114	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	4	24
115	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	5	28
116	4	5	4	4	17	5	3	3	3	3	3	20
117	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24
118	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
119	5	5	4	5	19	5	4	5	5	5	5	29
120	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	29
121	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	29

122	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
123	5	4	5	4	18	5	5	5	5	5	4	29
124	5	5	4	4	18	5	5	4	5	5	5	29
125	5	4	4	5	18	5	5	4	5	5	5	29
126	5	4	4	4	17	5	5	5	4	5	5	29
127	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	29
128	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
129	5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	5	29
130	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29
131	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
132	4	4	4	4	16	4	4	3	4	3	4	22
133	5	4	4	5	18	4	5	4	5	4	5	27
134	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	4	25
135	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
136	4	4	4	5	17	5	4	4	3	3	3	22
137	5	5	5	5	20	2	4	3	5	4	5	23
138	5	5	4	4	18	4	3	4	4	4	5	24
139	5	4	5	4	18	2	3	4	4	3	5	21
140	5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	4	28
141	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29
142	5	4	5	4	18	5	5	5	4	4	5	28
143	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	5	28
144	5	4	5	4	18	5	4	5	5	4	5	28
145	4	4	5	5	18	5	4	5	4	5	5	28
146	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	4	28
147	5	4	5	4	18	5	5	4	5	5	4	28
148	5	4	5	4	18	4	5	5	5	5	5	29
149	4	4	5	5	18	5	4	5	4	5	5	28
150	5	5	5	4	19	5	4	4	5	5	5	28
151	5	5	4	4	18	5	5	5	4	4	5	28
152	5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	4	28
153	5	4	5	4	18	4	5	5	5	5	4	28
154	5	4	5	4	18	4	5	4	5	5	5	28
155	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	5	28
156	4	4	5	5	18	5	4	4	4	4	5	26
157	5	5	5	5	20	3	3	4	3	5	5	23
158	4	5	5	4	18	4	5	5	3	5	5	27
159	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24

160	5	4	4	5	18	3	4	4	5	5	5	26
161	4	4	4	4	16	5	4	5	5	4	5	28
162	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	5	28
163	5	4	5	5	19	5	5	4	4	5	5	28
164	4	4	5	5	18	5	4	5	5	5	5	29
165	4	4	4	5	17	3	3	3	4	4	4	21
166	4	4	5	5	18	5	3	3	5	3	4	23
167	5	4	5	5	19	5	4	4	4	5	5	27
168	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	5	27
169	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
170	4	5	5	5	19	4	5	3	4	4	5	25
171	5	5	4	5	19	5	5	4	4	4	5	27
172	4	4	5	4	17	4	4	4	5	4	4	25
173	4	5	4	4	17	4	4	4	5	3	3	23
174	4	4	4	5	17	5	4	5	5	5	5	29
175	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	25
176	4	4	5	4	17	5	4	4	5	4	4	26
177	4	4	5	5	18	5	3	3	3	5	4	23
178	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26
179	4	4	4	5	17	3	3	3	4	3	5	21
180	4	4	4	4	16	5	3	3	3	5	5	24
181	4	4	4	4	16	5	4	5	5	4	3	26
182	4	5	4	4	17	5	3	5	4	5	5	27
183	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26
184	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
185	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26
186	4	4	4	4	16	4	2	4	4	4	4	22
187	5	4	4	5	18	5	3	4	3	3	3	21
188	4	4	5	4	17	3	3	4	3	4	4	21
189	5	4	5	4	18	4	4	3	4	2	5	22
190	5	4	4	4	17	5	4	4	3	5	5	26
191	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29
192	4	4	5	5	18	2	5	5	3	3	4	22
193	5	4	5	5	19	5	4	5	4	4	4	26
194	4	4	5	5	18	4	5	4	4	4	5	26
195	5	5	4	5	19	4	4	4	5	4	5	26
196	4	5	4	5	18	5	5	4	4	4	5	27
197	4	4	4	4	16	4	4	5	5	4	4	26

198	5	5	5	5	20	4	4	4	5	4	5	26
199	4	4	5	5	18	4	5	4	5	4	4	26
200	5	5	4	4	18	4	5	4	4	4	5	26
201	4	4	5	4	17	5	4	4	4	4	5	26
202	4	4	5	4	17	4	5	4	5	4	4	26
203	4	4	5	4	17	5	2	3	3	5	4	22
204	4	4	5	4	17	5	4	4	5	4	5	27
205	4	4	5	4	17	5	5	4	4	4	4	26
206	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24
207	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
208	4	4	4	4	16	3	4	3	4	3	4	21
209	5	5	4	4	18	4	3	4	3	3	5	22
210	5	5	4	4	18	5	4	4	5	4	4	26
211	5	5	4	5	19	5	4	4	4	5	4	26
212	4	4	4	5	17	4	4	5	4	5	5	27
213	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
214	5	4	5	4	18	3	3	3	3	5	5	22
215	5	5	5	5	20	5	4	3	3	3	4	22
216	4	4	4	4	16	4	4	4	3	5	5	25
217	5	5	5	4	19	5	5	4	5	4	5	28
218	5	5	4	4	18	5	3	3	3	3	4	21
219	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26
220	5	4	5	5	19	4	4	3	4	4	4	23
221	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24
222	5	5	5	5	20	5	2	2	3	4	4	20
223	5	5	5	5	20	5	2	3	3	3	5	21
224	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	5	26
225	5	5	4	5	19	5	4	5	4	5	5	28
226	5	5	5	5	20	5	3	4	4	4	3	23
227	4	4	4	5	17	5	5	5	4	4	4	27
228	4	5	4	4	17	4	4	3	4	3	3	21
229	5	5	4	5	19	4	3	3	4	3	5	22
230	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	4	24
231	5	5	5	5	20	3	2	3	5	5	4	22
232	4	4	4	4	16	4	3	3	3	5	5	23
233	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24
234	5	5	5	5	20	2	3	4	4	5	5	23
235	4	4	5	4	17	5	4	5	4	5	4	27

236	5	5	5	5	20	3	3	5	5	5	5	26
237	5	4	5	5	19	4	3	4	4	4	4	23
238	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	5	28
239	4	4	5	4	17	4	3	4	4	4	4	23
240	4	4	4	5	17	3	3	2	4	4	5	21
241	5	4	4	4	17	5	4	5	4	4	5	27
242	5	5	4	4	18	5	5	5	4	4	4	27
243	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	5	29
244	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
245	5	5	5	4	19	5	4	4	4	5	5	27
246	4	4	4	5	17	5	4	5	4	4	5	27
247	5	5	5	5	20	5	4	4	4	5	5	27
248	5	4	4	5	18	5	4	4	4	4	5	26
249	4	4	4	4	16	4	5	4	5	4	4	26
250	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	5	26
251	5	5	5	4	19	4	5	4	4	4	5	26
252	4	5	5	5	19	5	4	5	4	5	5	28
253	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
254	5	4	5	4	18	5	5	4	4	4	5	27
255	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	4	25
256	5	4	5	5	19	5	4	4	5	3	5	26
257	5	5	5	5	20	5	4	4	3	4	5	25
258	4	4	4	5	17	4	4	5	5	5	5	28
259	5	4	4	4	17	5	4	5	4	3	5	26
260	5	4	4	4	17	4	4	4	4	5	5	26
261	5	4	5	5	19	5	5	4	4	4	5	27
262	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	4	26
263	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	5	26
264	4	4	5	4	17	4	5	4	5	4	4	26
265	5	5	4	4	18	4	5	4	4	5	4	26
266	4	4	4	4	16	5	4	5	4	4	5	27
267	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	5	26
268	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
269	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	5	26
270	5	4	4	4	17	5	5	4	4	4	5	27
271	5	4	5	4	18	5	4	4	4	4	4	25
272	4	4	4	4	16	5	4	5	5	5	5	29
273	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	5	27

274	4	5	4	4	17	5	4	4	4	4	5	26
275	4	5	4	5	18	3	4	3	3	5	5	23
276	4	4	4	4	16	4	5	5	5	5	5	29
277	5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	5	29
278	4	4	4	4	16	5	4	4	5	3	5	26
279	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	24
280	4	4	4	4	16	3	3	3	5	5	5	24
281	5	5	4	5	19	4	4	4	4	5	5	26
282	5	5	5	5	20	5	3	3	3	4	4	22
283	4	4	4	4	16	5	4	4	4	5	4	26
284	4	4	4	5	17	4	4	4	5	5	5	27
285	4	5	4	4	17	5	5	4	4	4	5	27
286	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	5	26
287	5	5	4	5	19	5	3	3	3	3	4	21
288	5	4	4	4	17	3	3	3	3	4	5	21
289	5	4	5	5	19	4	3	4	4	3	4	22
290	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
291	4	5	5	4	18	3	2	4	5	5	5	24
292	5	5	5	5	20	5	4	5	4	4	5	27
293	5	5	5	4	19	5	4	4	4	4	4	25
294	5	5	5	5	20	5	4	4	4	5	5	27
295	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	5	26
296	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	4	24
297	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
298	4	4	4	4	16	5	3	3	4	3	4	22
299	4	4	4	4	16	5	4	5	4	5	5	28
300	4	5	4	4	17	5	4	5	4	5	4	27
301	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	5	25
302	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29
303	4	5	5	5	19	5	5	4	4	5	4	27
304	5	5	5	4	19	5	5	4	4	4	4	26
305	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	5	21
306	5	5	5	5	20	4	3	4	3	3	4	21
307	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
308	5	4	5	5	19	5	2	2	3	5	4	21
309	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
310	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	4	26
311	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24

312	5	5	4	5	19	4	3	2	3	5	5	22
313	5	5	4	5	19	4	3	3	3	3	4	20
314	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
315	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25
316	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	4	24
317	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24
318	5	4	4	5	18	4	2	3	4	4	4	21
319	5	4	4	4	17	5	4	4	4	5	5	27
320	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	28
321	5	5	5	5	20	4	4	4	5	3	4	24
322	5	4	5	5	19	3	3	3	3	5	5	22
323	5	5	5	5	20	5	3	5	5	5	5	28
324	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
325	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
326	5	4	4	5	18	5	4	4	4	3	4	24
327	5	4	4	4	17	3	3	3	4	4	4	21
328	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25
329	4	4	4	5	17	5	4	4	4	5	5	27
330	5	5	5	5	20	5	4	3	5	4	5	26
331	5	5	4	4	18	3	3	3	3	4	5	21
332	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	4	25
333	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	4	25
334	4	5	5	4	18	5	3	4	4	3	4	23
335	5	4	5	4	18	5	4	5	5	5	5	29
336	5	4	4	5	18	4	4	4	5	4	4	25
337	5	4	5	4	18	5	4	4	4	4	4	25
338	4	4	4	4	16	5	3	3	4	3	3	21
339	5	5	5	5	20	5	3	5	3	3	5	24
340	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	5	26
341	5	4	5	4	18	4	4	4	5	5	5	27
342	5	4	4	5	18	4	4	5	4	5	5	27
343	5	5	5	4	19	4	3	5	5	3	5	25
344	5	5	4	4	18	4	4	4	5	5	5	27
345	5	4	5	5	19	3	3	4	4	4	4	22
346	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	4	24
347	5	5	5	4	19	5	3	3	2	3	5	21
348	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	3	27
349	4	4	5	5	18	5	5	4	4	4	5	27

350	5	5	5	4	19	4	5	5	4	5	4	27
351	4	5	5	4	18	5	5	4	4	4	5	27
352	5	4	4	4	17	3	3	3	3	4	5	21
353	5	4	4	5	18	4	4	4	5	5	5	27
354	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
355	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	5	28
356	5	4	5	4	18	5	3	3	3	3	3	20
357	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	4	24
358	4	5	4	5	18	5	5	4	4	4	5	27
359	4	4	5	5	18	5	5	5	4	4	4	27
360	5	4	5	5	19	5	4	4	4	5	5	27
361	5	5	5	5	20	4	4	5	5	4	5	27
362	4	4	4	4	16	4	5	4	5	4	5	27
363	4	5	5	5	19	4	4	4	4	5	5	26
364	5	5	4	5	19	5	5	5	4	4	5	28
365	4	4	5	4	17	4	5	4	4	4	4	25
366	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	5	25
367	4	4	4	5	17	5	5	4	4	4	5	27
368	4	4	5	5	18	5	5	4	4	4	4	26
369	4	5	5	4	18	5	4	5	4	5	4	27
370	4	4	5	5	18	5	4	4	4	4	5	26
371	5	5	5	5	20	5	4	4	4	5	5	27
372	4	5	4	5	18	4	4	3	4	3	4	22
373	4	4	4	4	16	4	5	4	5	4	5	27
374	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	25
375	4	5	5	4	18	5	4	4	4	4	4	25
376	5	5	5	5	20	5	4	4	3	3	3	22
377	4	4	4	4	16	2	4	2	5	4	5	22
378	5	5	5	5	20	4	3	4	4	4	5	24
379	4	4	4	4	16	2	3	4	4	3	5	21
380	5	4	4	5	18	5	5	5	4	4	4	27
381	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	5	26
382	5	4	5	4	18	4	4	3	4	3	4	22
383	5	4	4	4	17	4	5	4	5	4	5	27
384	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25
385	4	4	5	4	17	4	4	4	5	5	5	27

Keputusan Penggunaan							Literasi Keuangan Digital							
No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	Z1.7	Total
1	4	4	5	5	5	25	4	5	4	5	5	5	5	33
2	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	4	4	4	30
3	4	5	5	5	4	23	5	5	4	5	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	25	5	5	3	3	5	5	5	31
6	4	3	5	5	5	22	5	5	4	4	5	5	5	33
7	5	5	4	4	5	23	4	4	2	4	5	4	4	27
8	4	4	5	4	4	21	5	5	3	4	5	5	5	32
9	4	4	5	4	5	22	5	5	3	4	5	5	5	32
10	3	4	5	4	5	21	5	5	4	4	5	5	5	33
11	4	4	5	4	4	21	5	5	3	4	5	5	5	32
12	4	4	5	4	4	21	3	5	5	5	5	5	5	33
13	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	3	4	4	28
14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	3	5	5	32
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
16	5	5	4	4	3	21	5	4	5	4	5	4	4	31
17	5	5	3	4	4	21	3	3	5	5	4	4	4	28
18	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	5	4	4	31
19	4	3	4	5	3	19	4	4	3	4	4	4	4	27
20	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	5	33
21	5	5	5	3	5	23	5	5	5	3	3	5	5	31
22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	4	5	5	32
23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
24	5	5	3	4	5	22	5	3	5	5	5	5	5	33
25	5	5	4	3	5	22	5	4	5	5	5	5	5	34
26	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	5	5	34
27	5	4	5	5	5	24	5	5	4	3	5	5	5	32
28	3	4	4	3	5	19	3	4	5	5	4	3	4	28
29	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	5	33
30	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	5	33
31	3	4	4	4	4	19	3	4	2	4	4	5	4	26
32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	5	34
33	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	5	35
34	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28
35	3	3	3	4	5	18	4	3	4	4	4	4	4	27

36	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	4	4	28
37	5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	5	5	5	33
38	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	2	5	4	30
39	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	4	4	4	26
40	3	5	3	3	5	19	3	3	3	3	5	5	5	27
41	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
42	3	4	5	3	5	20	3	5	5	3	5	5	5	31
43	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	5	33
44	5	4	5	5	5	24	5	5	5	3	4	5	5	32
45	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	5	5	32
46	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	5	4	29
47	3	3	3	5	4	18	3	3	4	5	4	4	4	27
48	3	4	5	4	5	21	2	5	5	3	3	4	4	26
49	3	3	3	4	5	18	3	3	3	3	4	4	4	24
50	4	4	3	4	4	19	3	4	5	5	4	4	4	29
51	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	5	5	34
52	5	3	3	4	4	19	3	3	4	3	3	3	5	24
53	4	4	3	5	4	20	3	3	3	3	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
55	5	4	4	3	3	19	4	4	5	4	4	4	5	30
56	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
58	5	5	4	4	3	21	4	4	4	5	4	5	5	31
59	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	4	5	5	33
60	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
61	5	3	3	4	4	19	3	3	4	4	5	5	3	27
62	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	3	4	5	26
63	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35
64	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
65	3	3	5	5	3	19	2	5	3	4	3	4	4	25
66	3	3	4	4	4	18	3	4	3	5	5	4	3	27
67	5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	4	4	4	28
68	5	4	5	5	2	21	5	5	5	4	4	5	5	33
69	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
70	5	3	5	5	5	23	5	5	5	3	5	5	5	33
71	4	4	4	4	4	20	4	4	5	3	3	3	4	26
72	3	3	5	3	5	19	3	5	4	3	4	4	4	27
73	3	4	4	4	4	19	3	3	5	3	4	4	4	26

74	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
75	5	5	4	5	3	22	4	4	5	4	4	5	5	31
76	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
77	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28
78	3	4	4	4	3	18	3	3	3	3	5	5	4	26
79	4	4	3	4	3	18	4	3	5	4	3	4	3	26
80	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
81	4	5	4	3	5	21	5	4	4	3	4	3	5	28
82	3	5	5	3	5	21	5	5	5	4	4	4	4	31
83	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	4	28
84	5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	4	5	4	30
85	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
86	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	4	4	27
87	3	4	3	4	4	18	4	3	4	3	4	4	4	26
88	5	5	3	5	4	22	4	3	5	4	4	4	5	29
89	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
90	4	4	3	4	3	18	3	3	4	3	3	4	5	25
91	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	3	4	3	25
92	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28
93	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
94	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28
95	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	4	4	30
96	5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	5	5	5	32
97	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
98	3	4	3	4	4	18	3	3	4	4	4	5	4	27
99	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	5	5	5	33
100	5	5	3	4	4	21	5	3	4	5	5	5	5	32
101	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	5	5	32
102	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	5	5	5	32
103	3	3	5	4	5	20	5	5	3	3	5	5	5	31
104	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	5	34
105	4	4	3	4	3	18	3	3	4	3	4	4	4	25
106	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27
107	4	3	4	4	3	18	3	3	4	4	4	3	4	25
108	4	3	3	5	5	20	5	3	3	4	5	3	3	26
109	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	5	5	5	32
110	4	5	4	5	5	23	4	4	4	5	5	5	4	31
111	5	5	5	4	4	23	5	5	3	4	5	5	5	32

112	4	4	3	4	3	18	3	3	4	3	3	4	4	24
113	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	5	5	34
114	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	4	28
115	5	4	4	5	3	21	4	4	4	3	3	5	5	28
116	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	4	4	27
117	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
118	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	5	5	32
119	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	4	5	32
120	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	4	5	32
121	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	5	5	33
122	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	4	5	5	32
123	5	4	5	4	5	23	5	5	5	3	4	5	5	32
124	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	3	3	5	31
125	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	3	3	31
126	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	4	4	4	32
127	5	5	5	5	4	24	5	5	3	4	4	5	5	31
128	5	5	5	5	3	23	5	5	4	4	5	5	5	33
129	5	4	5	5	5	24	5	5	3	4	5	5	5	32
130	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	5	33
131	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	34
132	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	4	4	26
133	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	4	4	4	29
134	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	3	4	4	26
135	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	5	5	30
136	4	4	3	5	5	21	4	4	5	5	3	4	4	29
137	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	3	5	5	32
138	5	5	5	3	3	21	4	5	5	5	5	5	5	34
139	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	3	5	28
140	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	5	5	33
141	5	5	5	3	5	23	5	5	3	4	5	5	5	32
142	5	4	5	4	5	23	5	5	3	4	5	5	5	32
143	5	3	5	5	5	23	5	5	5	3	3	5	5	31
144	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	4	5	5	32
145	3	3	5	5	5	21	4	5	5	5	5	5	5	34
146	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	5	34
147	5	3	5	4	5	22	3	5	5	5	5	5	5	33
148	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	5	5	5	33
149	5	3	4	5	5	22	5	4	3	5	5	5	5	32

150	5	5	4	4	5	23	5	4	4	5	5	5	5	33
151	5	5	3	3	5	21	5	3	3	5	5	5	5	31
152	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	5	5	5	34
153	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	5	5	34
154	5	5	5	3	5	23	3	5	5	5	5	5	5	33
155	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	5	34
156	4	4	4	5	3	20	3	4	4	4	4	5	4	28
157	3	3	5	3	5	19	2	5	5	5	3	3	3	26
158	4	5	4	4	5	22	3	4	5	3	4	5	3	27
159	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28
160	3	4	3	3	5	18	3	3	4	4	3	4	3	24
161	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
162	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	5	5	5	34
163	5	3	5	5	5	23	4	5	5	5	5	5	5	34
164	3	4	4	5	5	21	4	4	4	4	4	5	5	30
165	4	4	3	4	4	19	3	3	4	5	3	4	4	26
166	3	3	3	5	4	18	3	3	5	3	4	5	5	28
167	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35
168	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	5	5	5	33
169	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
170	4	5	3	5	4	21	4	3	5	5	4	5	4	30
171	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	4	4	28
172	4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	4	5	5	31
173	4	4	3	4	3	18	4	3	4	3	5	4	4	27
174	4	4	4	5	4	21	3	4	4	4	4	4	4	27
175	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	4	4	27
176	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	2	3	5	25
177	3	4	2	5	2	16	2	2	5	3	3	5	5	25
178	5	5	4	5	3	22	4	4	4	4	4	5	5	30
179	4	4	5	2	5	20	3	2	5	5	4	4	4	27
180	4	4	5	4	3	20	3	5	4	5	1	4	4	26
181	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	4	4	27
182	4	5	5	3	3	20	5	5	4	4	5	5	5	33
183	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
184	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
185	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
186	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	4	4	26
187	3	4	4	3	5	19	4	4	4	3	3	4	4	26

226	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28
227	3	3	3	4	5	18	4	3	4	4	4	4	4	27
228	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	4	4	28
229	5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	5	5	5	33
230	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	2	5	4	30
231	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	4	4	4	26
232	3	5	3	3	5	19	3	3	3	3	5	5	5	27
233	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
234	3	4	5	3	5	20	3	5	5	3	5	5	5	31
235	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	5	33
236	5	4	5	5	5	24	5	5	5	3	4	5	5	32
237	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	5	5	32
238	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	5	4	29
239	3	3	3	5	4	18	3	3	4	5	4	4	4	27
240	3	4	5	4	5	21	2	5	5	3	3	4	4	26
241	3	3	3	4	5	18	3	3	3	3	4	4	4	24
242	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	3	4	4	23
243	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	5	5	34
244	5	3	3	4	4	19	3	3	4	3	3	3	5	24
245	4	4	3	5	4	20	3	3	3	3	4	4	4	24
246	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
247	5	4	4	3	3	19	4	4	5	4	4	4	5	30
248	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27
249	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
250	5	5	4	4	3	21	4	4	4	5	4	5	5	31
251	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	4	5	5	33
252	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
253	5	3	3	4	4	19	3	3	4	4	5	5	3	27
254	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	3	4	5	26
255	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35
256	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
257	3	3	5	5	3	19	2	5	3	4	3	4	4	25
258	3	3	4	4	4	18	3	4	3	5	5	4	3	27
259	5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	4	4	4	28
260	5	4	5	5	2	21	5	5	5	4	4	5	5	33
261	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
262	5	3	5	5	5	23	5	5	5	3	5	5	5	33
263	4	4	4	4	4	20	4	4	5	3	3	3	4	26

264	3	3	5	3	5	19	3	5	4	3	4	4	4	27
265	3	4	4	4	3	18	3	3	5	3	4	4	4	26
266	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
267	5	5	4	5	3	22	4	4	5	4	4	5	5	31
268	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
269	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28
270	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	5	5	4	26
271	4	4	3	4	3	18	4	3	5	4	3	4	3	26
272	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
273	4	5	4	3	5	21	5	4	4	3	4	3	5	28
274	3	5	5	3	5	21	5	5	5	4	4	4	4	31
275	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	4	28
276	5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	4	5	4	30
277	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
278	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	4	4	27
279	3	4	4	4	4	19	4	3	4	3	4	4	4	26
280	5	5	3	5	4	22	4	3	5	4	4	4	5	29
281	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
282	4	4	3	4	3	18	3	3	4	3	3	4	5	25
283	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	3	4	3	25
284	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28
285	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
286	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28
287	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	4	4	30
288	5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	5	5	5	32
289	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
290	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	5	4	27
291	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	5	5	5	33
292	5	5	3	4	4	21	5	3	4	5	5	5	5	32
293	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	5	5	32
294	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	5	5	5	32
295	3	3	5	4	5	20	5	5	3	3	5	5	5	31
296	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	5	34
297	4	4	3	4	3	18	3	3	4	3	4	4	4	25
298	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27
299	4	4	3	4	3	18	3	3	4	4	4	3	4	25
300	4	3	3	5	5	20	5	3	3	4	5	3	3	26
301	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	5	5	5	32

302	4	5	4	5	5	23	4	4	4	5	5	5	4	31
303	5	5	5	4	4	23	5	5	3	4	5	5	5	32
304	4	4	3	4	3	18	3	3	4	3	3	4	4	24
305	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	5	5	34
306	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	4	28
307	5	4	4	5	3	21	4	4	4	3	3	5	5	28
308	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	4	4	27
309	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
310	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	5	5	32
311	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	4	5	32
312	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	4	5	32
313	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	5	5	33
314	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	4	5	5	32
315	5	4	5	4	5	23	5	5	5	3	4	5	5	32
316	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	3	3	5	31
317	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	3	3	31
318	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	4	4	4	32
319	5	5	5	5	4	24	5	5	3	4	4	5	5	31
320	5	5	5	5	3	23	5	5	4	4	5	5	5	33
321	5	4	5	5	5	24	5	5	3	4	5	5	5	32
322	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	5	33
323	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	34
324	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	4	4	26
325	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	4	4	4	29
326	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	3	4	4	26
327	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	5	5	30
328	4	4	3	5	5	21	3	4	4	5	5	4	4	29
329	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	3	5	5	32
330	5	5	5	3	3	21	4	5	5	5	5	5	5	34
331	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	3	5	28
332	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	5	5	33
333	5	5	5	3	5	23	5	5	3	4	5	5	5	32
334	5	4	5	4	5	23	5	5	3	4	5	5	5	32
335	5	3	5	5	5	23	5	5	5	3	3	5	5	31
336	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	4	5	5	32
337	3	3	5	5	5	21	4	5	5	5	5	5	5	34
338	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	5	34
339	5	3	5	4	5	22	3	5	5	5	5	5	5	33

378	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	4	4	26
379	3	4	4	3	5	19	4	4	4	3	3	4	4	26
380	2	4	4	4	4	18	3	4	5	4	4	5	5	30
381	5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	5	5	5	33
382	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	4	4	5	30
383	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
384	3	4	3	3	5	18	4	3	4	5	5	5	4	30
385	5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	5	5	5	33

Lampiran 3- Bukti Observasi Awal & Penyebaran Kuesioner

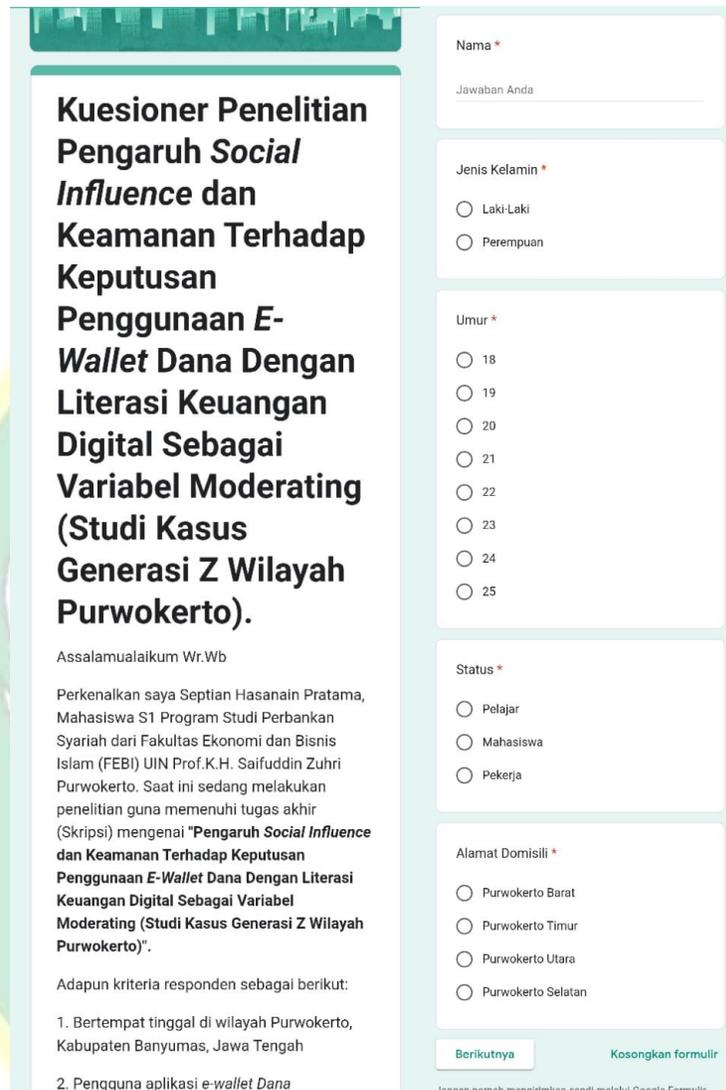
Pertanyaan Saat Observasi

1. Apakah anda menggunakan *e-wallet* DANA?
2. Sejak kapan menggunakan?
3. Mendapatkan informasi dari mana?
4. Alasan menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA daripada yang lain?
5. Apa keunggulan *e-wallet* DANA yang saudara pakai di banding yang lain?

a. Bukti Observasi Pendahuluan



b. Bukti Penyebaran Kuesioner



Kuesioner Penelitian Pengaruh *Social Influence* dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto).

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Septian Hasanain Pratama, Mahasiswa S1 Program Studi Perbankan Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir (Skripsi) mengenai "**Pengaruh *Social Influence* dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto)**".

Adapun kriteria responden sebagai berikut:

1. Bertempat tinggal di wilayah Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
2. Pengguna aplikasi *e-wallet Dana*

Nama *

Jawaban Anda _____

Jenis Kelamin *

Laki-Laki

Perempuan

Umur *

18

19

20

21

22

23

24

25

Status *

Pelajar

Mahasiswa

Pekerja

Alamat Domisili *

Purwokerto Barat

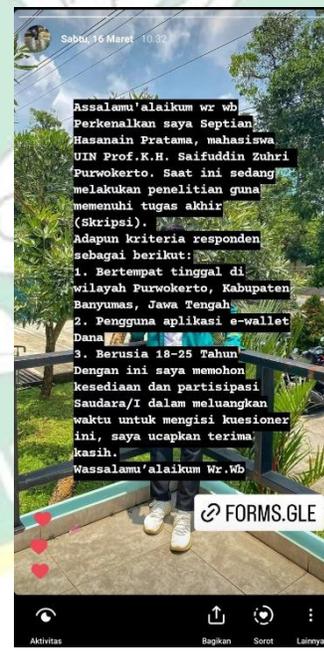
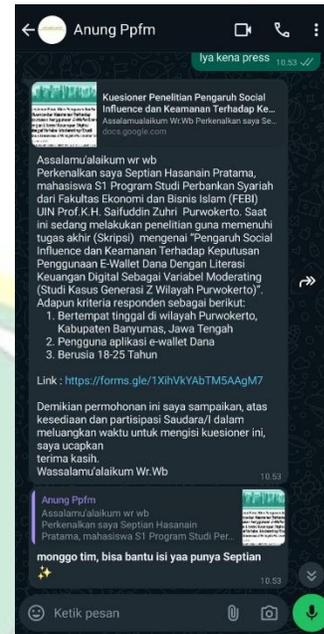
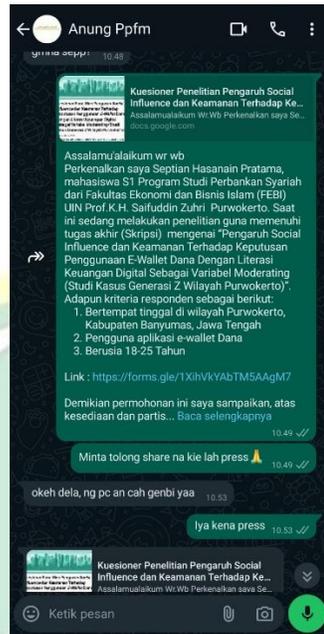
Purwokerto Timur

Purwokerto Utara

Purwokerto Selatan

Berikutnya [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.



Lampiran 4- Tabel Statistik Deskriptive *Social Influence* (X1)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
S1	385	4	5	4.57	.495
S2	385	4	5	4.45	.498
S3	385	4	5	4.57	.496
S4	385	4	5	4.51	.501
Tot_S	385	16	20	18.10	1.394
Valid N (listwise)	385				

Lampiran 5- Tabel Statistik Deskriptive Keamanan (X2)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
K1	385	2	5	4.42	.695
K2	385	2	5	4.01	.709
K3	385	2	5	4.07	.656
K4	385	2	5	4.14	.627
K5	385	2	5	4.18	.661
K6	385	3	5	4.50	.573
Tot_K	385	20	30	25.32	2.401
Valid N (listwise)	385				

Lampiran 6- Tabel Statistik Deskriptive Literasi Keuangan Digital (Z)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Z1	385	2	5	4.19	.819
Z2	385	2	5	4.23	.746

Z3	385	2	5	4.24	.708
Z4	385	3	5	4.15	.688
Z5	385	1	5	4.22	.789
Z6	385	3	5	4.49	.604
Z7	385	3	5	4.50	.587
Tot_Z	385	23	35	30.02	3.100
Valid N (listwise)	385				

Lampiran 7- Tabel Statistik Deskriptive Keputusan Penggunaan (Y)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Y1	385	2	5	4.38	.738
Y2	385	3	5	4.29	.656
Y3	385	2	5	4.25	.719
Y4	385	2	5	4.32	.693
Y5	385	2	5	4.36	.755
Tot_Y	385	16	25	21.62	2.340
Valid N (listwise)	385				

Lampiran 8- Hasil Uji Validitas Social Influence (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.394**	.338**	.304**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
X1.2	Pearson Correlation	.394**	1	.302**	.282**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
X1.3	Pearson Correlation	.338**	.302**	1	.309**	.694**

X2.6	Pearson Correlation	.018	.125*	.177**	.171**	.358**	1	.472**
	Sig. (2-tailed)	.729	.014	.000	.001	.000		.000
	N	385	385	385	385	385	385	385
Total_X 2	Pearson Correlation	.514**	.706**	.742**	.637**	.584**	.472**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 10- Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.508**	.342**	.397**	.220**	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385
Y1.2	Pearson Correlation	.508**	1	.243**	.195**	.203**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385
Y1.3	Pearson Correlation	.342**	.243**	1	.212**	.358**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385
Y1.4	Pearson Correlation	.397**	.195**	.212**	1	.187**	.603**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385
Y1.5	Pearson Correlation	.220**	.203**	.358**	.187**	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000

N	385	385	385	385	385	385
Total_Y Pearson Correlation	.750**	.637**	.664**	.603**	.616**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	385	385	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 11- Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Digital (Z)

		Correlations							
		Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	Z1.7	Total_Z
Z1.1	Pearson Correlation	1	.499**	.072	.195**	.397**	.374**	.476**	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.156	.000	.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385
Z1.2	Pearson Correlation	.499**	1	.196**	.184**	.285**	.371**	.469**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385
Z1.3	Pearson Correlation	.072	.196**	1	.264**	-.004	.127*	.222**	.419**
	Sig. (2-tailed)	.156	.000		.000	.944	.013	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385
Z1.4	Pearson Correlation	.195**	.184**	.264**	1	.309**	.143**	.077	.499**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.005	.132	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385
Z1.5	Pearson Correlation	.397**	.285**	-.004	.309**	1	.510**	.393**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.944	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385
Z1.6	Pearson Correlation	.374**	.371**	.127*	.143**	.510**	1	.611**	.689**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.013	.005	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385
Z1.7	Pearson Correlation	.476**	.469**	.222**	.077	.393**	.611**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.132	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385
Total_Z	Pearson Correlation	.708**	.692**	.419**	.499**	.669**	.689**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 12- Hasil Uji Reliabilitas *Social Influence* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.654	4

Lampiran 13- Hasil Uji Reliabilitas Keamanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.664	6

Lampiran 14- Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Penggunaan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.667	5

Lampiran 15- Hasil Uji Reliabilitas Literasi Keuangan Digital (Z)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	7

Lampiran 16- Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

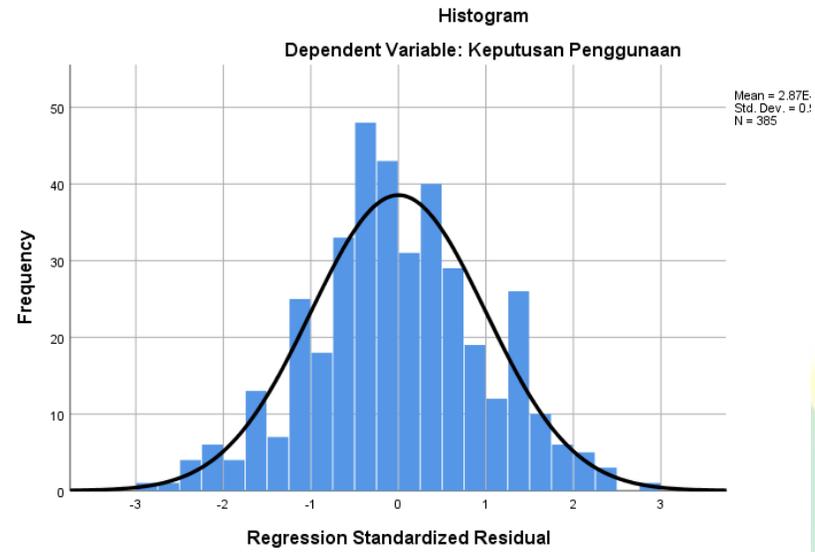
		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39556297
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.039
	Negative	-.035
Test Statistic		.039
Asymp. Sig. (2-tailed)		.187 ^c

a. Test distribution is Normal.

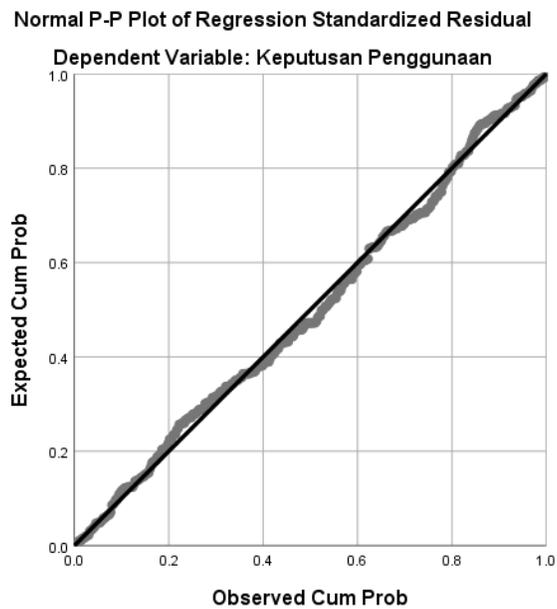
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 17- Gravig Histogram



Lampiran 18-Gravig P-Plot



Lampiran 19- Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Social Influence	.902	1.108
	Keamanan	.912	1.096
	Literasi Keuangan Digital	.866	1.154

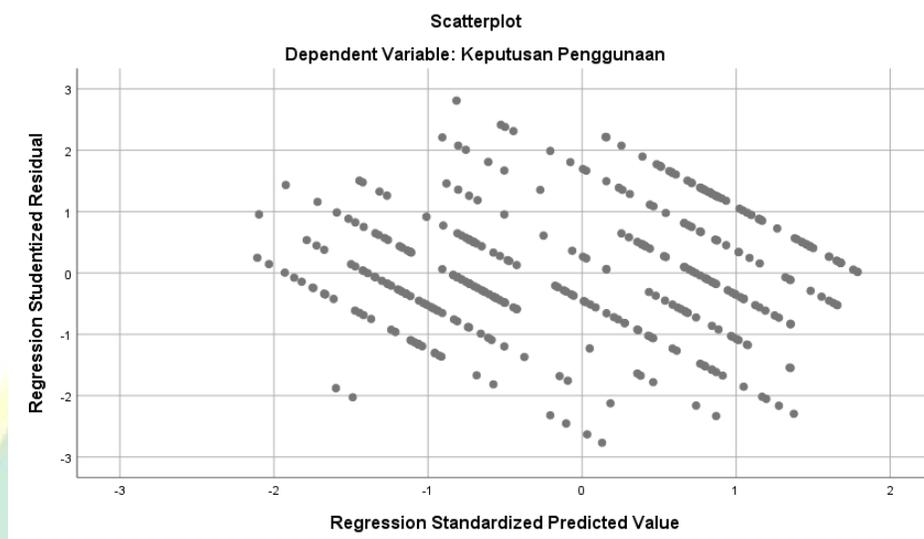
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 20- Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.611	.698		.876	.381
Social Influence	.009	.033	.014	.269	.788
Keamanan	-.012	.019	-.034	-.638	.524
Literasi Keuangan Digital	.021	.015	.077	1.410	.159

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 21-Hasil Uji Linearitas menggunakan gravik Scatterplot



Lampiran 22- Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.830	1.022		7.665	.000
	Social Influence	.457	.048	.404	9.432	.000
	Keamanan	.218	.028	.331	7.736	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan

Lampiran 23- Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	309.703	2	154.852	91.634	.000 ^b

	Residual	645.541	382	1.690		
	Total	955.244	384			
a. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), Keamanan, Social Influence						

Lampiran 24- Hasil Uji R2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.324	.321	1.300
a. Predictors: (Constant), Keamanan, Social Influence				

Lampiran 25- Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.830	1.022		7.665	.000
	Social Influence	.457	.048	.404	9.432	.000
	Keamanan	.218	.028	.331	7.736	.000
a. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan						

Lampiran 26- Hasil Uji MRA model 2 Social Influence

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.404	1.033		1.359	.175
	Social Influence	.153	.054	.091	2.849	.005
	Literasi Keuangan Digital	.581	.024	.770	24.058	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan						

Lampiran 27- Hasil Uji MRA model 3 Social Influence

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.571	9.362		1.129	.260
	Social Influence	-.355	.518	-.211	-.685	.494
	Literasi Keuangan Digital	.275	.312	.364	.883	.378
	Social Influence_Literasi Keuangan Digital	.017	.017	.573	.985	.325

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 28- Hasil Uji MRA model 2 Keamanan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.414	.918		2.630	.009
	Keamanan	.061	.031	.063	1.959	.051
	Literasi Keuangan Digital	.588	.024	.779	24.350	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 29- Hasil Uji MRA model 3 Keamanan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9.511	7.642		-1.245	.214
	Keamanan	.534	.302	.548	1.766	.078
	Literasi Keuangan Digital	.984	.253	1.303	3.893	.000

Keamanan_Literasi Keuangan Digital	-0.016	.010	-.807	-1.572	.117
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan					



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Septian Hasanain Pratama
NIM : 2017202150
Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 04 September 2002
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Nama Ayah : Anjar Sumartono
Nama Ibu : Tri Puji Astuti
Alamat : Candinegara RT 01 Rw 06 Kec. Pekuncen Kab.
Banyumas
No H.P : 081901237921
Email : septianp142@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD : SD N 1 Candinegara
SMP/MTS : SMP N 1 Pekuncen
SMA/SMK : SMK Ma'arif NU 1 Ajibarang
Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota Komunitas Marketing Perbankan Syariah (2022)
2. Anggota Bidang Marketing Creative Entrepreneur Organization (2022)
3. Anggota Komisi A Senat Mahasiswa (SEMA) FEBI (2023)
4. Anggota Generasi Baru Indonesia (GenBI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

D. Pengalaman Kerja/Magang

1. Bendahara Inkubator Bisnis Mahasiswa FEBI (2023)
2. Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Purwokerto Sudirman (2024)

Purwokerto, 6 Juni 2024



Septian Hasanain Pratama